el periódico de *lavaca*
noviembre 08 / año 2 / número 20
Valor en kioscos $ 5

cumbio y fuera

El fin del periodismo y otras buenas noticias: cómo está cambiando la comunicación de la mano de una generación que inventa algo nuevo, o es devorada por el mercado.

Un diario sin patrón

***Comercio y Justicia*, de Córdoba: el éxito de un nuevo modelo**

La prensa bataclana

Lanata al frente del Maipo. Pero, ¿quién detrás de *Página 12*?

Taringa: el chico que creó la página web más visitada de Argentina por primera vez cuenta su historia

SUB.COOP

Generación Cumbio

DEL FOTOLOG AL MERCADO MEDIÁTICO

Comunicarse con una foto y una frase le alcanzó para conectarse con millones de adolescentes. Apenas la detectó, el radar de Nike la transformó en un producto. Hoy tiene el espacio central en la web del Grupo Clarín, está por editar un libro y luego un disco. Por qué Cumbio cuenta la verdad de la mentira.

Estoy tratando de entender qué me está diciendo una época a través de esta niña de 17 años de la que podría ser su madre. Ella es el medium y ese es el primer problema: no puedo, no quiero, sumarme al tropel de vampiros que le chupan el sentido. Pero semejante determinación se derrite como un helado apenas llego a la puerta de su casa. El efecto es compartido por Seba, el fotográfo que está a mi lado, riéndose de su propia ingenuidad. Y sí: caímos como chorlitos. Nosotros, que no vemos tele ni leemos diarios ni clickeamos jamás una página web comercial, estábamos convencidos de que ya sabíamos de qué se trataba todo. Pero no.

Estamos jodidos.

Cumbio vive en el barrio de Monserrat en una casa que tiene el revoque destruído, la puerta de madera desvencijada y sin timbre, los vidrios de las ventanas cubiertos con lonas o sábanas. Adentro, los ambientes son pulcros y desordenados. Hay más colchones que camas y una distribución caprichosa de los espacios, impulsada más por la necesidad que por la lógica. El ambiente principal es su cuarto, donde acampan sus amigos, que son muchos, aunque calcados: el pelo planchado, los pantalones aferrados a los muslos, los ojos delineados. La descripción vale para hombres y mujeres y ése es el efecto más desconcertante del mensaje que emite esta medium llamada Cumbio que ya almorzó con Mirtha, compartió el living con Susana, se peleó con Chiche y desayunó informalmente con el payaso Malaonda. Lo que ella enuncia tan naturalmente –"tengo novia"– a las mujeres de mi generación les ha costado el habla. Como si el primer efecto Cumbio fuera una estampida del clóset de aquellos que se niegan a entrar a la vida adulta definiendo su identidad de acuerdo a categorías cerradas.

Tan jodidos, entonces, no estamos.

La verdad de la mentira

Cumbio cuenta todo, todo. Con naturalidad adolescente y determinación veterana. Y así, la vida sin secretos no es ya la vida pública, famosa, mediática sino algo más: es la verdad de la mentira. Frente al grabador me dirá Cumbio, por ejemplo, que ahora mismo está haciendo un libro, que lanzará al mercado el Grupo Planeta en pocos días.

Debe ser difícil para vos pasar del lenguaje del fotolog al del libro: en lugar de una línea vas a tener que escribir mil...

Pero yo no lo escribo. Lo hace un escritor fantasma. Viste cómo se hace ahora: te ponen a un periodista que te entrevista y te hace hablar de educación, de política, de la juventud, de Internet. Con eso hace el libro que firmo yo.

¿Y quién te hace la entrevista?

Javi Sinay, un re capo. Él me hizo la primera entrevista, en la Rolling Stone, y quedamos conectados. En la editorial me preguntaron con qué periodista me llevaba bien y yo lo elegí a él.

Cumbio abrió su fotolog hace dos años. El verano pasado tuvo una idea: invitar a todos aquellos que se comunicaban a través de un flog a conocerse personalmente. Desde su página web se había relacionado con mucha gente, pero fue en honor a uno de sus amigos que vivía en Entre Ríos que eligió el lugar: lo único que el chico conocía de Buenos Aires era el Abasto. Fue el segundo sábado de diciembre del año pasado y del convite participaron casi 300 adolescentes. La noticia no fue publicada por ningún diario.

Hay que detenerse un instante en esta anécdota para comprender cómo funciona la máquina de capturar información: no son los medios sino las multinacionales las que más saben lo que sucede en la calle. El sistema de captura consiste en comprar informes que mensualmente generan detectives de tendencias. Pero hace falta mucha gente para ver todo y, por eso, las multinacionales tienen verdaderos ejércitos llamados "scouting". Otro método de captura son las consultoras, que organizan reuniones con Cámara Gesell (es decir, con espejos idénticos a esas salas de interrogatorios de las series de tevé) y de la que participan personas clasificadas según los intereses: condición social, profesión, sexo, edad, etc. Así, al material recogido en cada país se lo procesa por "región" –es decir, continente– y luego globalmente. Esto significa que para cuando una multinacional decide, por ejemplo, que los protagonistas de sus campañas publicitarias no pueden ser flacos es porque ya la máquina procesó toda la información y obtuvo el denominador común de las preferencias de la época.

Cumbio fue detectada así por el radar de Nike, justo en el momento en que la marca lanzaba una campaña global basada en los nuevos estereotipos jóvenes. Le propusieron hacer esa foto que ahora está en la cocina de la casa, contradiciendo todo lo que la rodea: platos recién usados, tarros de fideos de dudosa estirpe, una mamadera. Con esa foto Nike sacudió la campana para que le presten atención a la nueva medium de la marca. Y listo: el fenómeno mediático ya estaba en marcha.

Si el poder es información, quien tiene más, manda.

El tema del verano

En los últimos dos meses la imagen de Cumbio inundó el mercado, en todas sus variantes. Firmó un contrato para trasladar su página web al portal del Grupo Clarín. Firmó otro para tener un número en la lotería de los mensajes de texto. Otro para su propio ringtones y otro más con una marca de maquillajes. Contrató una agente para que se encargue de las giras por boliches bailables del interior del país, donde se sube a la pasarela en las matiné y arroja tarjetas con su foto y dirección virtual. Y, además del libro, está a punto de grabar un disco con lo que será, dice Cumbio, "el tema del verano".

¿Qué te falta hacer?

Un programa de radio, pero las ofertas que me hicieron hasta ahora no me copan. Entonces, estoy esperando un poco más. No quiero hacer algo aburrido.

Y a vos ¿qué cosas te aburren?

Ver tantos culos. Yo nunca necesité subir una foto en bolas para tener más visitas.

Y ahora que recorriste tantos medios ¿qué cosas viste que no se ven de este lado?

Que muchas cosas son provocadas. No es que la gente se pelea porque se pelea, sino porque hay un productor, ¿entendés?

No.

El productor de uno de los programas de tevé de la mañana, por ejemplo, llamó a mis amigas para decirles: "Si ustedes quieren dar vueltas por los medios tienen que bardear a Cumbio que es la que está ahora arriba". Encima, el tipo se hacia mi amigo.

¿Y por qué pensás que hizo eso?

Cree que así van a tener más rating.

¿Y cómo hiciste vos para tener más firmas, que es lo mismo que el rating, pero en un fotolog?

Hice cosas buenas, como por ejemplo, la cita en el Abasto. Yo quería demostrar que no somos chicos que nos pasamos todo el día delante de la computadora, sino que usamos la computadora como un medio para conocer gente. Lo que tiene es que es un medio masivo totalmente.

¿Más masivo que Clarín?

(*Piensa antes de responder*) Para los adolescentes, sí. Te puedo asegurar que son más los chicos que entran a un blog que los que leen un diario... ¿ Vos sabés que ahora yo estoy en Clarín? Tengo un banner ahí. Todo re bien con ellos. Me tiran ideas, como la de hacer un concurso para regalar una remera con mi firma. Al principio me gustó, pero cuando me di cuenta que no iba a haber regalos para todos no pareció tan buena idea. Es complicado por la cantidad de gente que participa.

Te desborda.

Es difícil elegir. Al final les dije que decidan ellos.

¿Ellos quienes?

Los de Clarín.

El costo de ser marca

Cumbio ahora es una marca, con todas las de la ley. Registró esa palabra, que creó como nick, pero ahora tiene un problema con los derechos del dibujito que lo acompañaba. La amiga que lo hizo pide 50 mil pesos a cambio de cederle los derechos. Le contraofertaron 10 mil, pero no aceptó. "Ya fue. Hacemos otro y sabes qué...", dice Cumbio en el taxi, camino al estudio fotográfico. La escucho pronunciar las cifras y pienso que es casi obsceno que una chica de su edad hable tanto de dinero. Se lo digo. "Por eso puse una agente: para que hable ella. Yo me encargo de saber si me gusta o no me gusta. Si lo quiero hacer o no. Y después, la plata se arregla con mi mamá"

¿No es fuerte para vos venderte, que no haya diferencia entre el producto y tu persona?

Creo que sí, por eso hablábamos el otro día de no hacer cosas que no me gusten. De no hacer todo ya, ahora. Porque si no la gente se va a cansar.

¿Y qué pensás que te va a pasar cuando la gente se canse de vos?

En lo personal, nada. Pero va a ser aburrido.

Me cuenta, entonces, que ya decidió qué va a estudiar cuando termine el colegio secundario: periodismo.

Le pregunto por la leyenda que está pintada con aerosol en el viejo y destartalado camión que está parado enfrente de su casa. Dice la leyenda "¿Para darse a conocer necesitan nombrarme? Soi Cumbio, en boca de tantos". Me explica que el camión es de su padre, plomero, y que la frase es de un blogger español que, como ella, se hizo famoso a través de la campaña de Nike y que a partir de esa experiencia escribió un rap, del que ella tomó esa frase. "A él le ofrecieron hacer una serie por Internet y a mí hacer un documental. Es cine independiente, viste. Y comenzamos a filmarlo justo cuando explotó todo, así que tenemos imágenes de mi primer desfile, mi primera nota, todo".

¿Cómo te imaginás que vas a mirar esa película cuando seas vieja?

De eso hablábamos con mi novia el otro día, cuando estábamos en una provincia del sur, lejos de nuestras mamás, de nuestros papás, después de desfilar ante 15 mil personas, paseando en auto por un lugar increíble, mientras escuchábamos música a todo volumen. Yo le decía: nosotras nos conocimos en el Abasto hace 10 meses. En mi libro de visitas tenía entonces menos de un millón de firmas y ahora tengo 25 millones. ¿Te das cuenta la cantidad de gente que ve mi cara desde que te conozco? ¿Te das cuenta todo lo que voy a tener para contarles a mis hijos?

La vida sin flog

En la vida real, Cumbio va a quinto año de un colegio privado que cuesta 520 pesos por mes. Su fama explotó promediando la cursada del último escalón de su ciclo escolar, así que imaginen la situación: las tensiones son cotidianas. Un dato para medirlas: la floger más famosa del país, la que está a punto de editar un libro, se lleva Lengua e Informática. Otro: cuando sus padres fueron a conversar con las autoridades del colegio porque sus compañeros la hostigaban, les respondieron: "No estamos preparados para esto. No sabemos qué hacer". Les ofrecieron que rinda libre. "Yo creo que en la escuela tienen que enseñar respeto y si no lo hacen no es porque no saben, sino porque no quieren", concluye Cumbio.

Y tus profesores, ¿qué onda?

Uno solo me dice te ví en la tele, esas cosas. El resto hace como si no existiera.

¿Sentís que te están expulsando?

Sí, porque falta nada poco para termine y no hacen nada para parar las agresiones. Pero no es algo que me pasa sólo a mí. No hacen nada nunca. Los chicos están fumando en el aula y los preceptores miran para otro lado. O la última: se tiran en el pelo papeles prendidos fuego y el profesor se ríe de nervioso, porque no sabe qué hacer. Tampoco es algo que pasa solo en mi colegio. Mi novia me cuenta que en el suyo los chicos juegan a agarrarse del cuello y a ahorcarse hasta perder el conocimiento. No es que se portan mal porque juegan al tuti fruti en clase, entendés. Pero nadie hace nada.

No es fácil ser Cumbio, entonces, pero tampoco es fácil ser adolescente...

Pero creo que en algún momento tenés que hacer algo vos para que no sea tan difícil, me parece. Y ese momento es cuando dejás de darle importancia a lo que piensan los demás. Muchos chicos se privan de ser felices por eso y me gustaría... (piensa un instante) No es que quiera estar portando un mensaje de los homosexuales, pero desde mi forma de ser demuestro que no importa lo que digan los demás, que cada uno tiene derecho a ser feliz y que eso no le hace mal a nadie. Entonces ¿por qué tenés que ser lo que los demás quieren que seas? No sé si me entendés...

Le digo la verdad: no sé.

La imaginación al mouse

FERNANDO SANZ, CREADOR DE TARINGA

Es parte de la generación que creó nuevas formas de comunicación, en base a una ética y una ideología bien definidas. Las claves: compartir en lugar de competir y creer que el dinero no impulsa todo. A los 22 años ya es un veterano de Internet y asegura que hay allí un modelo que puede inspirar una nueva forma de poder.

Fernando no quiere sacarse fotos. Como si fuera la contracara de aquellos jóvenes que sólo se expresan a través de una imagen, él considera que no pararse frente a una cámara es una cuestión ética. Como muestra de buena voluntad y ante tanta insistecia, nos entregó este retrato. Es un foto que le tomó su novia y que dice mucho -o todo- sobre quién es.

El sitio más visitado de Argentina se llama Taringa y fue creado por un muchacho de 17 años que lo vendió porque eligió viajar en lugar de especular. El dato lo encontré en Internet, junto a varias entrevistas a sus nuevos propietarios que aportaban a la fábula cifras increíbles: Taringa se cotiza ahora en más de 5 millones de dólares, tiene 640 mil usuarios registrados, casi un millón de visitas diarias y ofertas de compra del Grupo Clarín. De aquel muchacho, en cambio, solo encontré un anémico blog con una dirección de correo que me devolvió al instante la siguiente respuesta firmada por Cypher: "Habiendo visto su sitio web y su perfil, gustoso acepto la invitación".

Me proponía, además, conversar vía Messenger.

La primera lección que recibí, entonces, fue sobre cómo usarlo. No es difícil, salvo porque estamos en Argentina y en medio del intercambio se cayó el sistema. Y a pesar de que me encanta esta frase, por lo que significa para mi generación, no fue tan sencillo adaptarme a la promiscuidad de un locutorio para retomar el diálogo. Hasta ese momento sólo había logrado obtener un puñado de datos:

- Cypher es Fernando Sanz y ya tiene 22 años.
- No terminó el colegio secundario.
- Repitió una vez en el Pío IX, una escuela técnica, y dos en el Fernando Fader, un colegio de orientación artística, que cursaba por las tardes. "Aprendí mucho en los dos. Conocí lo mejor y lo peor de una escuela privada y otra estatal".
- A programar aprendió solo.
- Ahora vive en San Telmo.
- Trabaja free lance.
- No tiene horarios.

Entendí, como una revelación, lo que significa la comunicación virtual: cualquier conversación se transforma en capítulos de una novela que uno espera con ansiedad porque recibe a cuentagotas. Semejante poder de sugestión produjo, entonces, lo inevitable: aunque él odiara las entrevistas y a mí me resultara más cómodo chatear, la curiosidad arrasó fobias y perezas. Lo invité a almorzar y me citó en el departamento de un amigo, en el barrio de Recoleta.

El password

La palabra comunidad es manoseada con frecuencia marketinera para definir vaya uno a saber qué de todas las cosas que suceden en ese universo infinito llamado Internet. En este mundo que llamamos real, la palabra adquiere exactamente el significado de la escena que encontré en aquel departamento de Recoleta. Un ambiente desnudo, una mesa redonda, un mate, una docena de facturas y cinco concertistas en el teclado, tecleando. Fernando parece el menor, con su aspecto de pájaro frágil. Será el único en hablar, mientras el resto custodia la charla, acompañando con un silencio de misa cada palabra. En cada una de las cinco pantallas asoma el idioma que solo conocen los que forman parte de esa raza que habita un mundo distinto. Para ingresar a ese mundo hay que tipear en la cabeza un password: "compartir". Ese fue el abracadabra de Taringa, una palabra que inventó Fernando y que no tiene ningún significado, excepto ese: atreverse a nombrar lo que no existe es poner en acto aquello de la imaginación al poder.

La idea

Fernando creó Taringa en 2004 como una república independiente para que cada habitante exponga allí sus intereses, sin reglas, pero con un protocolo en constante evolución, custodiado por moderadores y participantes. Tomó como modelo una página extranjera y la adaptó a los usos criollos. "Internet todavía estaba por explotar. No tenía ningún tipo de objetivo. No pensé: quiero que sea la página más visitada del país, ni nada por el estilo. Simplemente hice lo que tenía ganas. El resto sucedió como siempre suceden estas cosas: naturalmente".

Lo que sucedió fue que la propuesta de que los propios habitantes del sitio produzcan su sentido -eso que en Internet se llama "contenido"- fue un éxito desbordante. Fernando se encontró, en poco tiempo, lidiando con más de 35 mil personas a la vez. Pero como no quería que eso consumiera su tiempo, ni llenar la página de publicidad para poder mantenerla ni gastar energía especulando con un plan de negocios, envió un mensaje a un grupo reducido de personas: Taringa estaba en venta. La compró por un precio que Fernando no quiere revelar (aunque a través Google se encuentra una cifra) , Matías Botbol, dueño de Wiroos, la empresa que alojaba el sitio y que, por lo tanto, conocía mejor que nadie sus latidos. Hoy Taringa se promociona con un slogan: "Inteligencia colectiva" que intenta resumir el espíritu que le dio su creador. Pero en tiempos de Fernando la leyenda era muy otra: "Reduciendo tu productividad". "Me di cuenta que la mayoría de la gente ingresaba en horario de laburo y me pareció que esa frase reflejaba mejor que nada el propósito que había adquirido el sitio", explica ahora.

Dispersar el poder

¿Cómo se cotiza el precio de un sitio de Internet?

Esa pregunta se hace seguido justamente porque no tiene una respuesta concreta. En el caso de Taringa es aun más difícil por su naturelaza y su contenido. Hace poco hablaba de eso con los actuales dueños, porque aún tengo un 10 por ciento. Discutíamos cuál es hoy el valor de ese porcentaje y la verdad es que no tiene más que el que yo quiero. Es decir, es un valor simbólico, que se negocia de acuerdo al número que te permita o no conseguir compradores.

¿Qué cosas te dejó Taringa además de dinero?

Aunque debo agradecer la inagotable fuente de música que se creó, la verdad es que dinero no me dejó, ni tampoco mucho más. La vida no tiene mucho que ver con Internet.

¿Por qué?

Porque hay cosas de Internet que te sirven para analizar la vida, pero no es la vida. Por ejemplo, te sirve para demostrar que hay gente dispuesta a compartir o a trabajar juntas con un mismo objetivo. Te sirve para demostrar que la libertad de conocimiento es algo real, posible, concreto y que todo lo que se atrapa bajo el supuesto "derecho de autor" es hoy una trampa, puro capitalismo. Internet es, en todo caso, un ejemplo social interesante, que te permite como ningún otro comprobar que hay otra manera de hacer las cosas. Y que esa es la manera verdadera.

¿En qué sentido lo decís?

Internet es, sobre todo, el poder distribuido en la gente. Y es un ejemplo de cómo esa forma de poder, lejos de desgastarse con el tiempo o el uso, se consolida, crece. Te permite imaginar, entonces, cómo sería esa forma de poder aplicada a otras cosas. Estábamos acostumbrados a pensar, por ejemplo, que la única forma de organización posible del poder era a través de un Estado centralizado. Pero al mismo tiempo que vimos cómo ese Estado enorme es cada vez más débil, vimos cómo otra forma de poder se fortalecía. Y no es sólo debido al hecho de que cada día es más grande, sino porque cada día es mejor. Un ejemplo: vos ponés un programa en tu computadora creado por gente que trabaja por la libertad de conocimiento -como es el caso de Linux- y no vas a tener ningún problema, porque es un programa sólido, que funciona perfecto. En cambio, toda la gente que tiene Windows te puede contar los problemas que le genera. Ahí ves bien concreta la capacidad que tiene la gente para organizarse detrás de un objetivo común y crear cosas buenas. Y cómo no necesitás del capitalismo para hacerlas. Yo creo en esta ideología y en que a esta forma de hacer las cosas no le queda más que crecer. Es inevitable.

Y no aceptarlo sería como querer tapar el sol con las manos...

¿Y para que querés tapar el sol?

¿Para ser su único dueño?

Pero hay cosas de las que no te podés apropiar, aunque quieras. Si Clarín, por ejemplo, compra Taringa, el sitio se pincha, automáticamente. No necesito ser un experto para saberlo. Es lo natural: hay cosas que funcionan con libertad y otras que funcionan con dinero. La diferencia es clara y ya la sabemos. Clarín te dice "acá está la verdad" y un blog te cuenta lo que siente, que no es la verdad, sino lo verdadero. Con un blog no construís nada, pero con millones de blogs construís algo importante: la dispersión de la opinión. Y el usuario de Taringa valora eso: elegir libremente, de acuerdo a su interés, aunque ese interés no sea loable. Es cierto que hay un montón de gente que no puede elegir, que está fuera de esta opción y que cuando va a un locutorio lo único que encuentra es un Messenger o juegos. Eso no es Internet. Pero también es cierto que hay otro montón de gente que teniendo el acceso a todas las nuevas tecnologías no las usa más que para eso: chatear y jugar. La cuestión, entonces, se juega en otro lado.

¿En la cabeza?

Sí. Pero también en una realidad que es inevitable: Clarín se está pudriendo o Microsoft se está pudriendo porque el capitalismo se está pudriendo. Eso es lo inevitable. Es lo que pasa naturalmente en los grupos cerrados: se extinguen. Hoy toda forma cerrada de poder está en estado de descomposición. Lo vemos y lo sentimos. Los mercados están en estado de descomposición, los medios están putrefactos. No quiero sonar pesimista, sino todo lo contrario. De hecho me resulta bueno, me da alegría que esté pasando, porque significa que toda esta putrefacción va a fertilizar algo que va a venir. Estamos viviendo un cambio que no sabemos explicar, que no tiene precedentes. Y ese cambio se está dando simplemente porque el ser humano evoluciona. Primero nos erguimos, luego perdimos pelo o desarrollamos la motricidad fina y ahora lo que está en plena expansión es nuestra cabeza. Lo que estamos viendo es nada menos que el fabuloso crecimiento de la inteligencia humana, y por eso nos parece que nos estamos saliendo un poco de la caja. Pero es la caja lo que ya no necesitamos.

El aire es libre

¿Creés que el poder de las corporaciones está debilitándose?

Es lo que veo. Los otros días fui a una charla sobre software libre donde los integrantes del llamado grupo Lugro-Mesh contaban cómo estaban trabajando para mejorar Internet. El proyecto se propone que la red pueda ser todavía más descentralizada. Por supuesto, una idea así sólo puede originarse en una comunidad libre, abierta, interesada por lo social y no por el dinero. Y por supuesto también, cuando la idea dejó de ser una idea y comenzó a funcionar, las corporaciones quisieron cerrarla. Pero hubo quienes continuaron con el proyecto, libremente, para que una tecnología así pueda ser usada por cualquiera, tenga o no dinero para comprarla. El resultado es que ahora hay dos licencias: una cerrada, corporativa, y otra abierta, social. Los muchachos contaban que la mejor, la que más avanzó, es la abierta. Porque en los hechos, los intereses comerciales solo interrumpen un proceso que de otra manera fluye naturalmente. Incluso lo potencian en el sentido inverso: al enterarse del proyecto corporativo, fueron más lo que quisieron aportar para que la licencia libre mejore. Esto significa que hay otro interés que no es el del dinero que hace posible pensar cosas imposibles. Y ese interés es el único capaz de romper fronteras.

¿Se podrá mantener ese interés o tendrá un precio más alto que el que se ha pagado hasta ahora?

Hay por lo menos dos cosas que me hacen pensar que se mantendrá. La primera, es que hay gente para la que ya cinco millones de dólares no significan nada simplemente porque saben que el día de mañana esa plata puede valer cero. El dinero ya no inspira tanto respeto: hoy lo tengo y mañana estoy en bolas, aunque no gaste un peso. La otra es que Internet es aire y el aire es libre. No podés atraparlo en una billetera, porque lo que metés ahí ya no es aire: es otra cosa. Lo que sí puedo imaginarme que desparezca tal como hoy la vemos es la televisión. Yo ya no veo tevé y no sé cuántos chicos de mi generación la ven. Puedo decirte que en mi entorno, nadie. A mi me da asco. Quizás las personas que ven televisión crean que soy un poco extremista, pero yo creo que es justamente lo que hace falta: ser un poco extremista. Hay cosas que necesitamos mandar a la mierda y arrancar de nuevo, porque todo lo que tenemos hoy de una manera lo podemos tener de otra si queremos. Y esto es algo inevitable: más tarde o más temprano las cosas que no funcionan, cambian. Y el poder no funciona, así que va a cambiar. El modelo de Humanidad que hoy tenemos no funciona, así que o nos come el planeta o encontramos entre todos una manera de cambiarlo. No creo que ni mañana ni pasado, pero lo vamos a encontrar.

¿Sos optimista?

Soy realista. Veo el cambio. Veo también que algunos nos ponemos contentos por eso y otros no tanto, quizás por miedo. Es el miedo que transmiten los medios. Miedo y medios son parte de lo mismo: uno sostiene al otro. Y juntos sostienen al sistema. Es un círculo cerrado que se va deformando hasta convertirse en ese tumor que son los medios hoy. Los medios enferman. Entonces ¿por qué no boicotearlos y concentrarse en ver qué podemos hacer nosotros de otra manera? Parece una utopía, pero esa utopía comienza a tener forma. No es una isla desierta. Por lo pronto, está Internet y eso alcanza para que no parezca tan descabellado.

Pregunta pesimista: ¿cómo se defiende un sistema abierto del ataque de quienes tienen intereses contrarios?

Dando batalla. En un sitio, con profesionalismo, con una identidad clara que haga notorio cuando te atacan, aunque sea disfrazados. Aprendiendo de los errores. Y dejando que crezca el control natural que surge cuando dejás que la gente se exprese libremente.

¿Cómo sería ese control natural?

A partir de la idea de que no hay forma de saber la verdad. ¿Cómo detectás hoy qué es mentira y qué es verdad? Es casi imposible. Internet te demuestra eso, pero no pasa sólo ahí, sino en todos lados. Hoy el acceso a la verdad está cerrado. Entonces, la verdad para mí pasa por lo que siento. La verdad es tu sentimiento. Porque en el fondo todos sabemos cómo es la verdad, aunque no le veamos la cara.

¿Por qué?

Porque la verdad es práctica. Funciona.

¿Te sentís obligado a crear algo que supere Taringa?

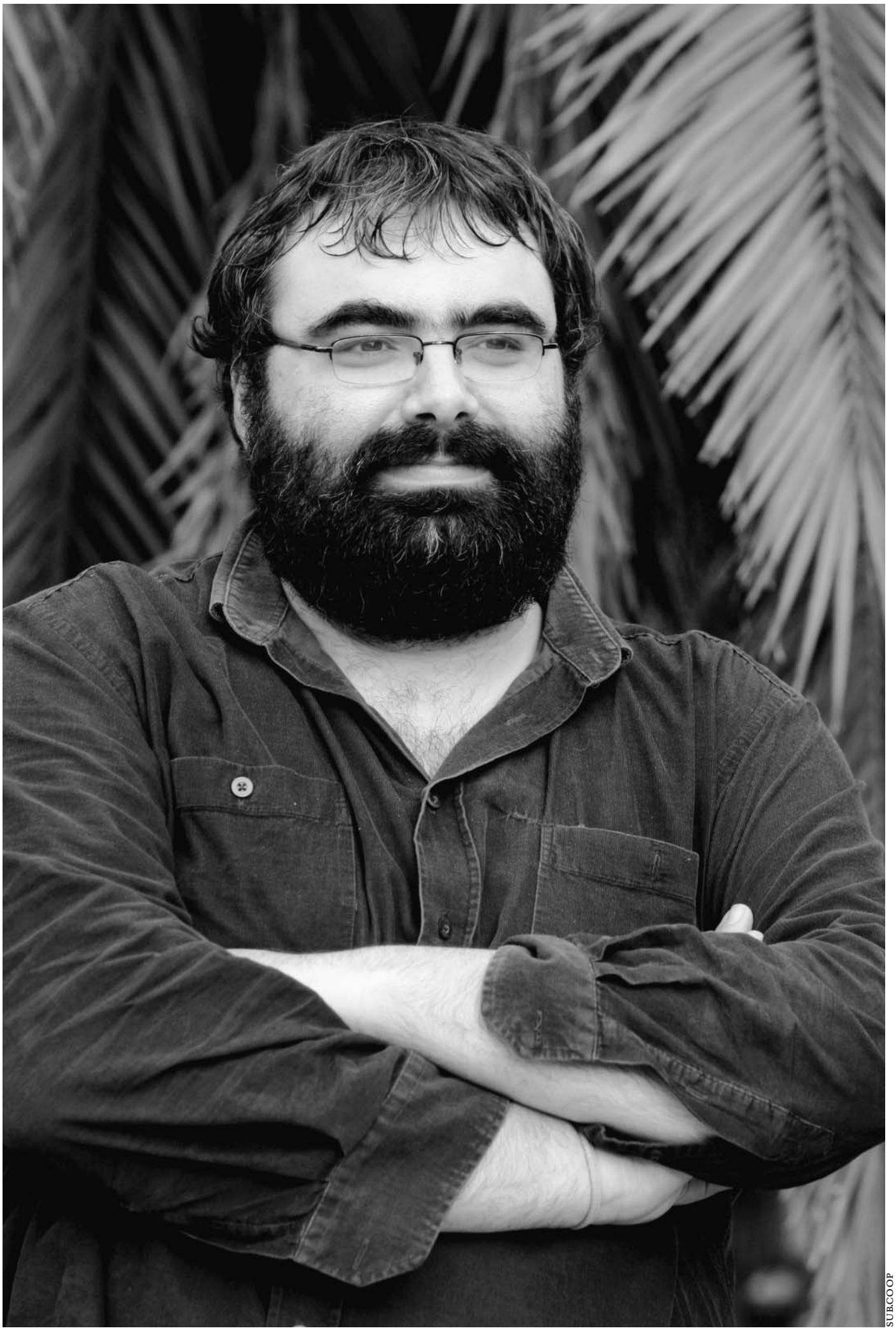
Ni un poquito. Sólo me siento obligado a hacer algo desde mi posición privilegiada en este mundo que no da chances tan fácilmente.

fernando.com.ar
Es el blog de Fernando Sanz, donde comparte algunos de sus intereses. Hay fotos de sus viajes a Cuba y Puerto Rico, dibujos generados con programas que él disfruta y hasta una breve explicación de por qué dejó Taringa, impulsada por las recurrentes preguntas de sus seguidores, que son miles.

Política para cualquiera

AMADOR FERNÁNDEZ SAVATER

Su análisis sobre Internet, los medios comerciales y las nuevas formas de comunicación está atravesado por la experiencia que recogió participando en movilizaciones y movimientos españoles. Tiene la hipótesis de que Indymedia fue superada por los blogs y que los diarios tradicionales transmiten el desprecio por la cultura joven.



SUBCOOP

Amador es español y vive en Madrid. Es historiador, escribe en el flamante periódico *Público* y además es editor de Acuarela Libros. Pero nada de esto alcanza para definirlo porque Amador es fundamentalmente muchas otras cosas también y al mismo tiempo. Su formación proviene de experiencias sociales que han marcado sus reflexiones: participar de la creación de Indymedia o de la Red Ciudadana de afectados por el atentado de 11 de marzo, por ejemplo. Ahora mismo llega de un viaje de dos años por las memorias cinematográficas del Mayo Francés, que lo han traído hasta Buenos Aires y Rosario con la misma intención que tuvo cuando estrenó esa muestra en el oficial Museo Reina Sofía o la paseó por diferentes centros comunitarios: pensar aquel Mayo desde este hoy. Eso, quizás, es Amador: una persona que hace y piensa, pero nunca solo. Y habla en plural para recordarnos a esa red de amigos de aquí y de allá con los que permanentemente intercambia ideas y pasiones.

¿Qué conclusiones te ha dejado sobre las nuevas formas de comunicación tu participación en la creación de Indymedia Madrid?

Recuerdo la experiencia de Indymedia como un fracaso, pero un fracaso interesante, revelador. Nosotros siempre tratamos ahí de combinar algunos rasgos definitorios de Indymedia -cualquiera puede ser periodista, postear una noticia, una reflexión, una foto- con un espacio editorial más clásico, producido especialmente por el colectivo. Indymedia murió de éxito: el problema del ruido estuvo desde el principio, pero como algo normal y manejable mientras la participación estuvo localizada en el entorno de los activistas antiglobalización. Sin embargo, como decían los amigos más *techies*, el proyecto no era "escalable" y cuando la comunidad de usuarios se multiplicó el ruido acabó devorando la comunicación, poniéndose en primer plano. Con el ruido me refiero a las provocaciones, los *trolls*, los cotilleos, toda una variante de lo que Paolo Virno llama "charla": un blablabla sin ninguna densidad ni afectación subjetiva. Nosotros no supimos qué hacer con eso.

¿Cuál fue el punto de inflexión?

El punto lo marcaba la propia intensidad política. Cuando el movimiento global se expresaba con más fuerza en la calle, Indymedia se volvía inmediatamente una herramienta, un espacio público, un arma. Pero luego cotidianamente bajábamos al foso de los leones de la charla, la provocación y la pelea por cuotas de representación (entre anarquistas, autónomos, etc.). Pero creo también que Indymedia se vio superado por otra cosa: una socialización *política* de la tecnología en manos de cualquiera. El uso político de las herramientas tecnológicas, en los albores del movimiento antiglobalización, estaba en manos de una especie de casta mediactivista, pero el 13-M [dos días después del atentado de Atocha en Madrid] la gente cualquiera se autoorganizó con los teléfonos móviles e Internet contra las mentiras del gobierno. Nada volvió a ser lo mismo.

¿La hipótesis es que Indymedia fue debilitada por los blogs?

De alguna manera. Cuando todavía estábamos en Indymedia y comenzamos a percibir el surgimiento de los blogs aquello nos parecía un paso atrás, una vuelta al narcisismo autorreferencial, a ese individuo incapaz de construir algo colectivo. Pero luego nos hemos dado cuenta de que esa gente con nombre, rostro y apellido estaba construyendo algo muy interesante: una nueva manera de articular el yo y el nosotros. Una hipótesis que conversamos mucho es acerca de la existencia de dos momentos de Internet. Una primera, asociada al travestismo de identidades y a las estructuras colectivas. Y otra, luego, caracterizada por los blogs y el individuo con nombre y apellido. De alguna manera lo político también se desplazó hacia allí. En el movimiento por una vivienda digna surgido hace dos años en España la fuerza estriba en los blogs, la confianza personal que damos a quien nos manda un mensaje que nos convoca a la calle, las pancartas individuales con lemas propios, los testimonios concretos sobre las situaciones de vida. En los blogs hay una recuperación de la idea de verdad, pero ya no como verdad absoluta, no como dogma. Ya no es un nick, sino el nombre propio el que relata tal o cual experiencia. Y eso restablece la confianza en el relato virtual.

En cierta manera, Internet creó sus propios anticuerpos.

Y a partir del cuerpo de alguien, de alguien concreto. Ya no más comunicación desencarnada e hiperideologizada típica de Indymedia. Ya no más lengua de madera militante. Veremos qué común puede salir de ahí. Tengo la impresión de que aquí en Argentina, quizá luego de 2001, la construcción de vínculos sociales ha sido muy significativa. Pero en España se viven en condiciones de mucha soledad: 3 millones de personas viven solas. Los vínculos no son muy sólidos, ni tienen un mañana muy claro, ni una causa. Nosotros nos preguntamos insistentemente por la politización posible a partir de ahí, a partir de esas condiciones que son las nuestras. El hombre anónimo habla de sí mismo a través de los blogs, de lo que ha soñado esa noche, de lo que ha leído. Pero de pronto algo pasa, esa soledad se conecta y aparecen ciertos movimientos políticos de nuevo tipo. Cuando surgieron manifestaciones autoconvocadas alrededor del tema de la vivienda, hubo un caso en especial que seguimos con mucha atención y que habla de todo esto. Se trataba de un muchacho que nos gustaba mucho como escribía en su blog, como podía, a través de relatos en primera persona, transmitir todo lo que había sentido un colectivo, con un lenguaje nuevo, propio, con mucha fuerza. En la segunda manifestación hubo represión y este muchacho salió de lo virtual y puso el cuerpo: se hizo cargo de que los detenidos no quedaran solos, de reunir pruebas contra la policía y lograr así que fueran liberados. Le hicimos entonces un reportaje y nos encontramos con un chico totalmente despolitizado, que hasta las elecciones anteriores había votado al Partido Popular.

Frente a estas nuevas formas de comunicación, ¿cómo han reaccionado los medios comerciales?

Algo se mueve por ahí arriba también. Hace años que ya es notoria la crisis de lo que llamamos cultura consensual, que no es sólo una definición en cuanto los contenidos -esto se discute, esto no se discute- sino también de las formas. El tráfico unidireccional de información y el monopolio exclusivo de la palabra es algo que ya estaba en decadencia en momentos del movimiento antiglobalización, pero en España, con el atentado del Atocha, el 11 de marzo, esto es algo que implosiona. Hasta unos años antes, los periódicos se dividían claramente en una derecha clásica, una derecha moderna y una izquierda representada solo por el diario *El País*. Pues hoy *El País* es un periódico en el que muy poca gente viva puede reconocerse. Cualquiera que tenga menos de 50 años se da cuenta que la política, la música, la literatura, los temas y las sensibilidades que le interesan, *El País* los desprecia. *El País* es la manera que tiene una generación (la generación que ha impuesto la cultura consensual en España) de decirte todas las mañanas "eres una mierda". Los que escriben allí son periodistas o intelectuales que participaron de la lucha de los años 60-70 y ahora son arrepentidos que escriben como diciendo: 'Ya lo intentamos y no salió. Lo de ustedes es una pobre remake condenada al fracaso.' El resultado de este desprecio es que dejó un espacio para el surgimiento de otro periódico. Con esa idea surgió *Público*, que ha logrado instalarse con una venta de 75.000 ejemplares, algo meritorio si se tiene en cuenta que está dirigido a un sector que ya no leía periódicos. La redacción se creó a partir de mucha gente que se había formado en Internet, en fanzines, en el underground y que están abiertos a pensar la política y la cultura de una manera distinta. *Público* expresa, mal que bien, cambios que se han dado por abajo, aunque los interpreta como un fenómeno "de izquierdas" y por ahí no van los tiros.

¿Cuál es la hipótesis sobre los desafíos actuales de las nuevas formas de comunicación?

Cuando se quiebra el monopolio de la palabra hay una proliferación de focos de sentido. Eso significa que hay estímulos, estímulos y estímulos que nos llegan desde Internet, desde el teléfono celular, desde todos lados. El problema, como expone fenomenal Franco Berardi (Bifo), es cómo procesar esos estímulos, cómo coordinar el cibertiempo con el tiempo corporal, físico, de escala humana. Hay una asimetría total entre uno y otro. Uno es hiperveloz y el otro es lento. Esa falta de sincronía nos enfrenta a enfermedades del alma muy contemporáneas: ataques de pánico, ansiedades, fobias. Estamos ya todos como los amigos hackers que tienen el cerebro funcionando todo el día en multitareas, con la pantalla colmada de ventanas que se abren y abren, pero nunca se cierran. Baudrillard decía que la buena "comunicación" implica una aniquilación del contenido y es verdad. Pareciera que todo debe circular cada vez a mayor velocidad y que para ser asimilable, debe ser virtual, superficial y líquido. Una visión turística del mundo y de uno mismo. Y a ese paso se pierde la complejidad, los claroscuros de las experiencia. Nosotros creemos que a las sombras no hay que eliminarlas, sino todo lo contrario: hay que ponerlas en primer lugar.

¿Por qué?

Cuando estábamos en Indymedia decíamos que teníamos el complejo de Blancanieves: "Espejito, espejito, dime que soy la más bella, que los movimientos sociales son lo mejor". Es difícil que un medio de comunicación de izquierda estimule a pensar sobre las sombras de un movimiento, que ponga el énfasis en las zonas ambiguas, de ambivalencias, de contradicciones. Pero sin sombras se crea una imagen de la realidad demasiado plana. Sin sombras se cae en el guión, en la fábula.

No es fácil abrir ese debate si al mismo tiempo los medios comerciales están diciendo que los movimientos sociales son lo peor...

No es fácil. Por ejemplo, en la Red Ciudadana de afectados por el atentado del 11-M salir a la calle se hizo cada vez más complicado. Recuerdo, por ejemplo, cuando le quisieron poner el nombre de Bosque de los Ausentes a un parque que se había construido en homenaje a las víctimas. Para los afectados era un insulto, porque no había nada más presente en sus vidas. Salimos a la calle a manifestar nuestro repudio y la prensa se nos acercaba para preguntarnos si éramos de derecha o de izquierda, una y otra vez. Era una pregunta que nos sorprendía, porque no éramos nada: éramos nosotros mismos, unos cualquiera. Y eso lo hemos visto en España muchas veces en los últimos años: movimientos que no eran de izquierda, ni de derecha, eran lo que llamábamos espacios de cualquiera, espacios donde cualquiera puede incluirse, cualquiera puede participar. ¿Cómo explicar todo eso ante el micrófono en el puño del cronista? La respuesta que encontramos fue el silencio. Un silencio que impedía que se hablase en nuestro nombre. Ahora mismo, cuando venimos de pasar casi cuatro años de ocupación de la calle por parte de una nueva derecha de estilo Blumberg -que ha salido a manifestarse masivamente en contra del matrimonio gay, en contra de la negociación con ETA, a favor de una tesis conspiranoica sobre el 11-M, pensamos que no había que deprimirse porque recordamos la experiencia de la gente en la Red Ciudadana: una política de sustracción, de desaparición, no implica dejar de pensar ni de crear otros vínculos en la sombra.

¿Eso alcanza para ser optimista?

En realidad nunca se sabe a dónde van a llevar esas cosas, que de alguna manera funcionan como un vacío de la representación, un descreimiento de los políticos y los medios de comunicación. No es el asalto a los medios. Tampoco es la construcción de otros medios. Es algo así como colaborar con una especie de implosión. Una ambigüedad que puede radicalizarse. Lo hemos visto tras los atentados del 11 de marzo. Hubo una manifestación convocada por el propio gobierno a la que todos fuimos, a ver qué pasaba. Dijimos: vamos a confiar en ese "cualquiera" que no es tan tonto. Porque ese cualquiera sabe más lo que está pasando por ser realista, anónimo y hasta cínico. Esa manifestación fue muy rara. Era una situación de ambigüedad total, porque no sabías si el que estaba a tu lado te iba a pegar un bofetón por izquierdista cómplice de ETA o si iba a gritar contigo "queremos la verdad" a los políticos que iban a la cabecera, como finalmente ocurrió. Pero un día después, en la manifestación del 13 de marzo, de alguna manera hubo una "desambigüización" o una radicalización de esa ambigüedad. Pensamos, entonces, que quizá primero tiene que estar esa ambigüedad: no ser de izquierda ni de derecha, no ser esto o lo otro. La posibilidad de construir con cualquiera y hacia cualquier sitio. De crear. El vaciado de los modelos es lo que permite crear. Y ese vacío se puede radicalizar. Entonces, esas pequeñas sustracciones primero te permiten vivir. Y si no te crees los modelos, entonces ya no vives tu vida interpretándola según lo que te dicen los medios. Ese desplazamiento es un momento de libertad. Luego, puede haber una práctica que radicalice esa situación. Pero saldrá o no por sí sola. La fuerza está en la autonomía de una voz propia y en el anonimato de un espacio de cualquiera.

Amador conoció el Movimiento Cromañón cuando leyó el libro *Generación Cromañón*, que publicamos en *Iavaca*. A partir de allí se estableció un puente: algunos integrantes del movimiento viajaron a España para compartir su experiencia con la Red Ciudadana de Afectados por el Atentado del 11-M. Tiempo después, un integrante de la Red viajó a Buenos Aires para participar de actividades y marchas. La relación contagió la idea de hacer un libro que la Red española editó este año.

Con la esperanza de que "cualquiera" quisiera contactar, debatir o pedir más referencias sobre los temas de esta nota, Amador nos ofreció publicar su dirección de mail: amador@sindominio.net

Universidad de Buenos Aires

Laboratorio de Idiomas
Facultad de Filosofía y Letras

Unico centro oficial de la UBA. Abierto a la comunidad.

Inscripción para los cursos de verano 2008
Cursos de inglés, francés, alemán, italiano, portugués, japonés y español para extranjeros.

Pre-inscripción para alumnos regulares: 3 al 19 de diciembre de 2008
Prueba de nivel e inscripción para alumnos nuevos: 9 y 10 de diciembre de 2008

Cursos enero-marzo: Inicio de clases: 7 de enero de 2009
Prueba de nivel e inscripción para alumnos nuevos: 5 y 6 de enero de 2009

Cursos febrero-marzo: Inicio de clases: 9 de febrero de 2009
Prueba de nivel e inscripción para alumnos nuevos: 5 y 6 de febrero de 2009

Los cursos de inglés, francés, alemán, italiano y portugués otorgan puntaje para los docentes del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Informes: www.idiomas.filo.uba.ar // idiomas@filo.uba.ar
Tel. 4343-5981 / 1196 / 4334-7512

Tejiendo info

RED DE SOLIDARIDAD CON CHIAPAS

Con la propuesta de difundir información para romper el cerco que acalla la voz de los pueblos indígenas de México, el grupo sostiene un ida y vuelta que incluye viajes, actividades y, ahora, un audio libro de cuentos que grabaron con las voces de Nora Cortiñas, Eduardo Galeano, Gastón Pauls y Daniel Fanego, entre otros.

Los mayas apreciaban la singularidad del caracol. En su caparazón, este animalito reproduce una espiral que simboliza el tiempo, cíclico, abarcativo, que aúna distintos espacios y despliega infinitas posibilidades. Las acciones colectivas abrazan esta perspectiva y así se explica la conexión entre comunidades de diferentes latitudes, que comparten designios y complicidades, sin preocuparse por las distancias. Esto le ocurrió a un grupo de argentinos que se sintieron atraídos por la audacia, entre otras virtudes esenciales, del pueblo zapatista y con una mezcla de curiosidad y admiración, sumaron sus corazones a la lucha. Poco después del levantamiento del EZLN el primer día de 1994, comenzaron a juntarse y a buscar modos de tender lazos a la acción revolucionaria de un puñado de mexicanos decididos a decir basta. Así nació la Red de Solidaridad con Chiapas, que opera en distintas ciudades del país: Buenos Aires, Bahía Blanca, Rosario, Mendoza y Bariloche. "Queremos contar lo que sucede allá. Esta difusión es muy inspiradora teniendo en cuenta las lógicas políticas que el EZLN viene desarrollando y que son muy parecidas a las que surgieron acá después de 2001. Grupos autónomos, en los que la horizontalidad es parte de su funcionamiento y de sus principios", relata Eduardo Nachman, maestro de escuela y uno de los impulsores de este colectivo que, año tras año, organiza viajes a Chiapas en los que conviven con las comunidades zapatistas y fortalecen vínculos de amistad y comunión en los deseos y esperanzas.

No somos lentos

Siete veces visitó Eduardo a los zapatistas, a los "cronopios", así les gusta titularse para evidenciar la camaradería que los acerca. Asegura que "la vida cotidiana es maravillosa por la dignidad, la alegría. Es el único lugar del mundo donde a pesar del frío, del hambre y los picantes, todos los días me acuesto y me levanto con una sonrisa".Verónica agrega: "Nos une la idea de hacer un mundo no capitalista, yo nunca voy a ser zapatista, porque tengo otra realidad, pero las luchas nos unen. No vamos a Chiapas solamente para apoyar al zapatismo sino que nos identificamos como grupos compañeros en la lucha en distintos lugares del continente".

Una de las tareas de la Red consiste en difundir información, como respuesta al cerco informativo que acalla la voz de los pueblos indígenas de México. El gobierno se encarga de perseguirlos, hay presos políticos y gente desaparecida, en el marco de un ataque sistemático a los movimientos sociales, en general y en Chiapas, en particular. Por eso los zapatistas, entre otras muchas cosas, están organizando el festival de la "Digna rabia" para repudiar la opresión, pero desde una rabia creativa que descubra nuevas formas de resistencia. Un grito desobediente ante tanto silencio. "Vas a México y ves los diarios que venden en los kioscos y nadie habla del zapatismo, o las pocas noticias que hay son payasadas amarillistas, que hacen foco en Marcos y no en las comunidades", asegura Verónica Gelman, que nada tiene que ver con el poeta y escritor, o sí, porque también escribe. Verónica es socióloga nómade, como le gusta autodefinirse, compartió tiempo y sonrisas en territorio zapatista, vivió en Guatemala y planea instalarse en Jujuy. De sus dos viajes a México rescata la dignidad, la conciencia política y la determinación a respetar sus propios tiempos: "No somos lentos, dicen ellos, no queremos que nadie nos imponga sus ritmos, así es como queremos caminar". Con la calma del caracol.

Un libro de cuentos

En una de las tantas reuniones de la Red argentina titiló una idea, que fue tomando forma entre charlas y mate: publicar un libro-disco con cuentos del Subcomandante Marcos. Eduardo planteó el objetivo en un encuentro de mujeres zapatistas y obtuvo la aprobación. Ya en Buenos Aires, la red comenzó a trabajar en el plan y a reunirse una vez por semana para darle consistencia. Leyeron todos los cuentos, seleccionaron doce y debatieron quiénes serían los relatores que aparecerían en el disco. Cuenta Yamila Frisón, comunicadora social y actriz, que buscaron personas conocidas como estrategia de llegada al público, que tuvieran un compromiso social y conocimientos sobre el zapatismo. Y todavía conserva el agradable impacto que le provocó la noticia de que Eduardo Galeano aceptara venir a grabar un cuento. "No lo habíamos incluido en la lista porque nos parecía imposible, un sueño". Además del escritor uruguayo, participaron León Gieco, Daniel Viglietti, integrantes de Madres de Plaza de Mayo (Línea Fundadora), Abuelas de Plaza de Mayo, H.I.J.O.S., y los actores Gastón Pauls, Juan Palomino, Manuel Callau, Daniel Fanego, Julieta Díaz y la periodista Liliana Daunes. No fue difícil la convocatoria, todos accedieron movilizados por poder contribuir con el proyecto. La etapa de grabación y musicalización de *Los otros cuentos* se realizó en FM La Tribu. El diseño estuvo a cargo de un grupo de diseñadoras que se sumaron al esfuerzo con paciencia y dedicación. La Cooperativa Artes Gráficas Chilavert, imprenta recuperada por sus trabajadores, se encargó de la impresión del material. Para financiar los gastos, la Red de Solidaridad con Chiapas tiene una propuesta: lanzar una campaña de venta anticipada de paquetes de veinte ejemplares del libro-disco a un valor promocional de 15 pesos cada uno. Luego, en la venta directa, el valor será de 30.

El monto total de lo recaudado será destinado a las Juntas de Buen Gobierno.

www.losotroscuentos.org
Conferencia de prensa:
Viernes 28 de noviembre en La Tribu.
Presentación:
El Olimpo, Lacarra y Rafaela, lunes 1º de diciembre.

Una barbaridad

ALESSANDRO BARICCO

Este italiano, licenciado en filosofía, exitoso novelista y columnista del diario *La Repubblica*, escribió un ensayo titulado *Los bárbaros, ensayo sobre la mutación*, donde trata de explicarle a un supuesto público culto cuáles son los nuevos valores de una generación que creció con una mano, porque la otra la tenía aferrada a un mouse. Esta reflexión, publicada por entregas en el periódico, trata de advertirnos sobre un cambio extraordinario: nace una nueva raza. Navega, y tiene branquias.

Cambio

Los bárbaros llegan de todas partes. Veo mentes refinadas escrutar la llegada de la invasión. Profesores competentes que desde sus cátedras miden en los silencios de sus alumnos las ruinas que ha dejado a su paso una horda de depredadores sin cultura y sin historia. Parece que los agresores están cambiando el mapa. Tal vez ya lo han cambiado. Debió de suceder esto mismo en aquellos años en los que, por ejemplo, nació la Ilustración o en los días en que el mundo entero se descubrió, de repente, romántico. Tal vez sea un momento de ésos. Y esos a los que llamamos bárbaros son una nueva especie que tiene branquias detrás de las orejas y que ha decidido vivir bajo el agua. Donde esta gente puede respirar, nosotros morimos.

Pescados

El pez respira por las branquias de Google. Google es un motor de búsqueda -el más famoso, valorado y utilizado del mundo- inventado para orientarnos en el mar de los sitios web. Fue creado por Larry Page y Sergey Brin, que por entonces tenían 23 años y formaban parte de una generación que ya vivía con una única mano, porque la otra la tenían agarrada al mouse. Ahora nos sorprendemos por el hecho de que llegaran a ganar algo así como 20 millones de dólares, pero no porque ellos no buscaran dinero. Su objetivo era simplemente hacer accesible toda la sabiduría del mundo, accesible a cualquiera, de una manera fácil, rápida y gratuita.

Googlear

Lo que nos enseña Google es que en la actualidad existe una parte inmensa de seres humanos para la que, cada día, el saber que importa es el que es capaz de entrar en secuencia con todos los demás saberes. No existe ningún otro criterio de calidad e incluso de verdad, porque a todos se los traga ese único principio: el movimiento. La esencia de las cosas no es un punto, sino una trayectoria, que no está escondida en el fondo sino dispersa en la superficie. Conocer, entonces, es algo parecido a recorrer rápidamente trayectorias dispersas.

Fluir

Ha cambiado la manera de adquirir experiencias. Había unos modelos y unas técnicas que desde hacia siglos acarreaban el resultado de adquirir experiencias, pero de alguna manera y en un momento dado, han dejado de funcionar. Si en cada una de las cosas que le interesan al mutante se detuviera con la paciencia y la experiencia del viejo hombre con pulmones, la trayectoria se fragmentaría. Así que el mutante ha aprendido el tiempo mínimo y máximo que debe demorarse sobre las cosas. Y esto lo mantiene inevitablemente lejos del fondo, que a estas alturas es para él una injustificada pérdida de tiempo que destruye la fluidez del movimiento.

Acelerar

Por regla general, los bárbaros van donde encuentran sistemas de paso. En su búsqueda de sentido, de experiencias, van a buscar gestos en los que sea rápido entrar y fácil salir. Privilegian los que en vez de acortar el movimiento lo generan. Les gusta cualquier espacio que genere una aceleración. No se mueven en dirección de una meta porque la meta es el movimiento. Su trayectoria nace por azar y se extingue por cansancio. No buscan la experiencia: lo son. Las universidades americanas están llenas de investigadores dedicados a intentar comprender si se trata de genios o de idiotas. Todavía no han llegado a una respuesta concreta.

Impulso

En la práctica, el bárbaro tiene la oportunidad de construir verdaderas secuencias de experiencia únicamente si en cada estación de su viaje recibe un impulso. Podría afirmarse que la pesadilla del bárbaro es quedar atrapado en los puntos por los que transita. Por eso tienden a buscar estaciones de paso que en lugar de retenerlo lo expelen. Busca la cresta de la ola. ¿Dónde la encuentra? Donde hay eso que nosotros llamamos espectacularidad. La espectacularidad es una mezcla de fluidez, de velocidad, de síntesis, de técnica que genera una aceleración. Salpica. Da energía, no consume. Genera movimiento, no lo absorbe. El bárbaro va donde encuentra la espectacularidad porque sabe que ahí disminuye el riesgo de detenerse. Dirán: porque disminuye el riesgo de pensar. Sí y no. El bárbaro piensa menos, pero piensa en redes indudablemente más extensas. Efectúa en horizontal un camino que nosotros estamos acostumbrados a imaginar vertical. Estamos hablando de una nueva localización del sentido y una nueva forma de percepción. El movimiento es el valor supremo. Por él, el bárbaro es capaz de sacrificar cualquier cosa. Incluso el alma.

Un fenómeno

Alessandro Baricco no da entrevistas. Así que para informarse acerca de él sólo queda leer los libros y artículos que lo convirtieron en un fenómeno. Su principal éxito se llama *Seda*, una novela que fue traducida a 17 idiomas y que solo en España agotó 40 ediciones. Su ensayo *Next* lo convirtió en un referente sobre las nuevas tecnologías y los cambios culturales. Pero es a través de su incursión en la tevé donde alcanzó una popularidad única, con programas sobre temas culturales que lograron captar el interés de las audiencias. También colaboró con la banda Air, en un disco que grabaron inspirado en sus textos y en el cual lee fragmentos.

Diferencia

Con seguridad lo que tienen en la cabeza es otra idea de movimiento. El paso adelante es algo que no comprenden: creen en el paso lateral. El movimiento se verifica cuando alguien es capaz de destrozar la linealidad y se desplaza de lado. El valor es la diferencia, entendida como una desviación lateral del dictado del desarrollo. El valor es la diferencia y no el progreso. No es ir hacia adelante, sino rápido.

Pasado

Mientras que para nuestro modelo cultural el pasado es un tesoro sepultado y poseerlo significa excavar hasta encontrarlo, para el bárbaro el pasado es lo que sale a la superficie y entra en red con esquirlas del presente. Ataúdes flotantes, arrastrados por la corriente: eso es el pasado para los bárbaros. El pasado no existe; es un material del presente.

Zoo

Si una generación de mutantes traslada al mundo a vivir debajo del agua, estimulando el nacimiento de branquias detrás de las orejas, es evidente que para ese mundo, desde ese momento en adelante, la jirafa ya no será un punto de referencia. El cocodrilo tendrá cierto interés. La ballena sería Dios.

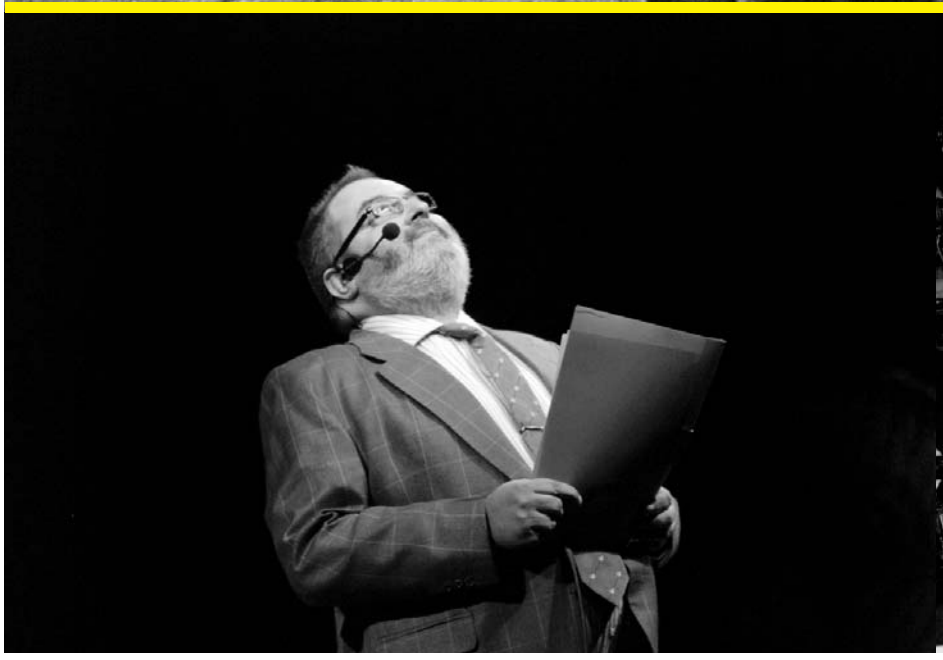
Nuevo periodismo

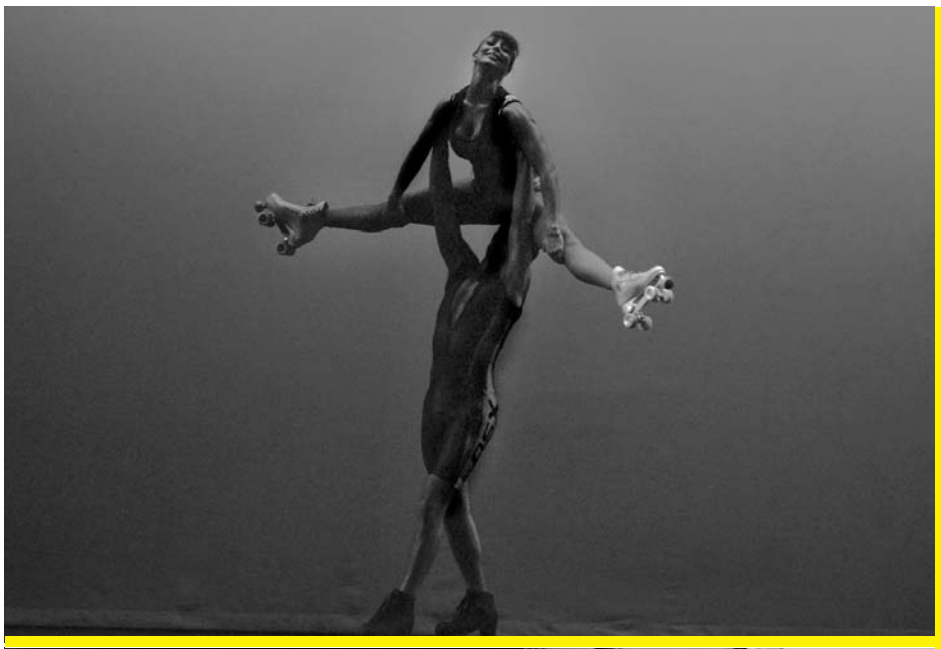
Nos guste o no, para el periodismo moderno el aspecto más importante de un hecho es la cantidad de movimiento que es capaz de generar en el tejido mental del público.

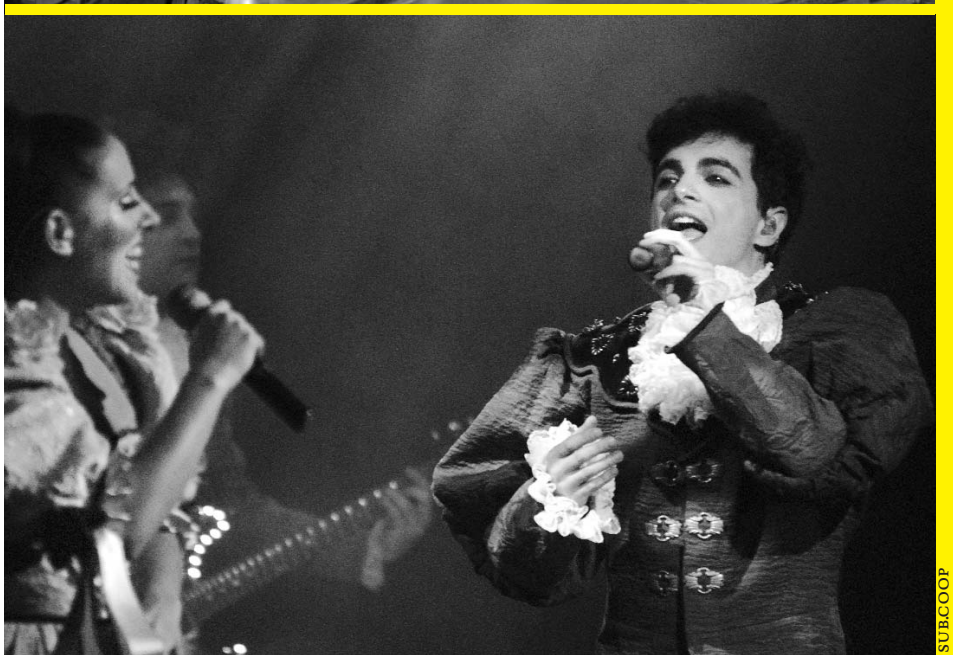
Sin palabras

LANATA EN EL MAIPO

El debut del director de un diario en un vodevil es una excelente oportunidad para preguntarse: ¿quién es el dueño de *Página 12*? Un símbolo de lo que ocultan los medios hablando hasta el hartazgo de otro tema.







SUBACOOP

Con palabras

En 1987 Jorge Lanata le propuso a Fernando Sokolowicz, el joven dueño de un aserradero, convertirse en financista de un diario. Tendría 12 páginas, saldría de martes a sábado y contaría con el entusiasmo de un grupo de jóvenes periodistas que ya habían compartido la experiencia de la revista *El Porteño*.

Sokolowicz dio el sí y se convirtió en el principal accionista. A cambió, sólo reclamó un lugar en las marquesinas: desde el primer día *Página 12* lo presentó como su editor responsable. Sin embargo, Sokolowicz nunca abandonó sus oficinas -ubicadas a apenas dos cuadras de la primera redacción del diario- y su bajísimo perfil, que por entonces fue interpretado como una virtud escasa: su rol no interferiría en los contenidos del diario.

Lo que siguió fue lo suficientemente intenso como para que el diario levara al calor de los levantamientos carapintadas, el Yomagate, y tantísimas cosas más que convirtieron a aquella aventura en un negocio inimaginable. *Página 12* se transformó en el tercer diario de venta a nivel nacional (rozando los 100 mil ejemplares) y sus efectos en el resto de la prensa eran inmensos.
Y, por lo tanto, incontrolables.

El desenlace llegaría años después, cuando la hiperinflación sumó un problema económico que dejó no sólo al diario, sino al país al borde del colapso. "Estamos de rodillas", dijo entonces y premonitoriamente Roberto Dromi, aquel ministro de Obras y Servicios Públicos, a cargo de todo el incipiente negocio de las privatizaciones. Y Sokolowicz se arrodilló, como todos, en secreto.

La negociación con su principal competidor, el diario Clarín, en el reparto del negocio y el mercado nunca estuvo clara. Nadie sabe cómo, ni por cuánto, ni por qué, pero nos consta que el acuerdo se realizó e incluyó dejar en la marquesina a Sokolowicz, inmutable en su rol de editor responsable. Despidos, conflictos, ajustes y después, la operación fue un éxito desde todo punto de vista. Nadie se enteró de nada, excepto los lectores que lo fueron abandonando.

Las cifras son claras: la principal empresa de pautas publicitarias, Latin Track, le adjudicaba a *Página 12* antes de la crisis de 2001 una venta de 35.700 ejemplares. Algunos distribuidores aseguran que esa cifra cayó a la mitad. La oenegé Poder Ciudadano en su informe anual sobre el reparto de la pauta oficial le atribuye una venta de apenas 10.000 ejemplares.

A fines de los 90 Sokolowicz se asoció con Daniel Vila, propietario de la señales de cable de Supercanal (con negocios en varias provincias argentinas, la República Dominicana y Bolivia), el *Diario Uno*, de Mendoza, *La Capital* de Rosario y varias radios. Uno de los accionistas de este grupo era Jorge Mas Canosa, miembro de una familia de larga tradición anticastrista, residente en Miami. El director del grupo Vila era José Luis Manzano.

En julio de 2002 se asoció con Daniel Hadad en la compra de Azul Televisión. Aunque a los pocos meses, Sokolowicz abandonó Canal 9.

En agosto de 2003 una noticia publicada en España informó acerca de sus nuevos planes: *"El sitio español El Confidencial.com reveló que el empresario de medios Fernando Sokolowicz integró la comitiva oficial que viajó a Europa con el objetivo de entablar negociaciones con el Grupo Telefónica para la compra de Telefé y Radio Continental. Al mismo tiempo que el presidente Néstor Kirchner se reunía con los empresarios españoles en la sede de la CEOE y les echaba las culpas de las crisis por la que atraviesa el país, un grupo de empresarios argentinos, también en Madrid, se entrevistaba con ejecutivos de Telefónica de España para, una vez más, tratar de averiguar si el canal de TV abierta (el de mayor audiencia en Argentina) estaba en venta y cuál era su precio. Liderados por Sokolowicz, este grupo de empresarios habría participado de un encuentro que, según admitieron fuentes cercanas, dejó las puertas abiertas para avanzar en las tratativas".*

Aunque Telefé sigue en manos del Grupo Telefónica, Radio Continental fue vendida, finalmente, en diciembre de 2004 al grupo Prisa (conocido por ser el editor del diario *El País*) por 10.5 millones de dólares. Antes de concretarse esta operación se había hecho público el interés del diario *La Nación* de participar de la sociedad. Esta fue la versión publicada por El Cronista Comercial acerca del pre acuerdo entre *La Nación* y el grupo Prisa: "*Telefónica está esperando que Prisa arme el andamiaje legal para concretar la operación. Y, en ese sentido, La Nación formará parte del consorcio comprador. En la operación, podría haber un tercer empresario de los Estados Unidos, que las partes no identificaron".*

A esta altura, está claro que semejante laberinto de intereses hace difícil contestar preguntas que deberían cosechar respuestas sencillas.

No hay noticias sobre Sokolowicz, pero sabemos, porque nos lo han dicho hasta el hartazgo, que hoy Jorge Lanta es integrante del elenco de un teatro de revistas. Muchos periodistas se han relamido con la noticia.

Sería interesante, para comprobar si no corren peligro de ser portadores del mismo virus que atacó a Lanata, que prueben publicar en los medios donde trabajan la siguiente pregunta:
¿Quién es el dueño de *Página 12*?
Sabrán entonces cuántas bataclanas tiene el vodevil mediático argentino.

SUB.COOP

Noticias sin patrón

EL DIARIO RECUPERADO *COMERCIO Y JUSTICIA*

Cuando en 2001 ese diario cordobés fue comprado por un grupo brasileño les prometieron un futuro de gloria. Al poco tiempo, les debían los sueldos. Y lo vaciaron. Los trabajadores compitieron con Hadad y Clarín y lograron comprarlo y organizar la primera cooperativa que recupera un diario. Eran 13, hoy son 80. Comenzaron repartiendo 300 pesos, hoy casi 2.000. Sus problemas ahora se concentran en cómo crear una organización que escape a la lógica patronal y mantenga el espíritu asambleario. Su mayor capital: poder y querer intentarlo.

Cierta sabiduría antigua, pero inédita, informa que la humanidad puede ser clasificada en, al menos, dos grandes grupos:

a) Los que consideran que ya todo está inventado.

b) Los que están vivos.

En Córdoba existe un diario que parece demostrar, entre otras cosas, que la humanidad nunca merece ser clasificada.

- No es estatal ni privado.
- Está en manos de sus obreros, que se organizaron como cooperativa, pelearon por ocuparlo primero, con la violencia que hizo falta, y lograron comprarlo luego, pagando buena parte con las deudas que la vieja empresa tenía con ellos.
- Ganan más de lo que hubieran soñado cobrar con la patronal. Ellos son, según los cánones gerenciales, los exitosos. Y los patrones, los fracasados.
- Es un diario hecho por los trabajadores, pero dirigido a profesionales, comerciantes y empresarios.
- Luego de la primera etapa de ocupación, resistencia y batallas legales, pasaron a otro momento en el que se buscó la eficiencia, mejorar la producción, la renovación tecnológica, y crear estilos de organización, división de tareas y disciplina interna más parecidos a los de las empresas convencionales.
- Ahora están en una nueva búsqueda, porque ese "management" terminó resultándoles otro modo de vivir enjaulados, de sentirse mal y de producir peor.

Cuando se habla en este lugar sobre el estado actual del periodismo, las respuestas son del siguiente tipo: "La concentración de medios y la manipulación de la información para sus negocios muestran que el concepto de periodismo ya no existe. En términos de derecho a la información, lo que se está viviendo es una violación a los derechos humanos" dice Nahum Mihrad, editor de Economía, secretario de la Cooperativa y Presidente de Adicra (Asociación de Diarios Cooperativos de la Argentina).

"El periodista cada vez más se ha transformado en una persona que vende su alma, para reproducir lo que le dictan" sostiene Javier de Pascuale, uno de los editores, ex presidente de la Cooperativa e integrante del Cispren (Círculo del Sindicato de Prensa de Córdoba).

"¿Los diarios? A los 50 años, creo que me gané el derecho a no estar pendiente de tantas mentiras. Me gusta lo que hacemos acá" sentencia Dante Aguirre, obrero gráfico con las manos negras de tinta.

El diario y la cooperativa se llaman *Comercio y Justicia*, palabras que tal vez simbolizan cierta sabiduría antigua, pero inédita.

Entre la gloria, Hadad y Clarín

Comercio y Justicia está instalado en el edificio de una textil quebrada, utilizando el sistema de *leasing* con el Banco Nación: "Somos la primera de las empresas recuperadas que con este sistema logra alquilar un lugar que terminará siendo nuestro dentro de unos años", dice De Pascuale, uno de los que vivió toda esta historia desde el primer momento. "Para nosotros es un esfuerzo enorme. Antes es-

tábamos en el edificio que la vieja patronal había sacado de la quiebra. Se lo alquilaban a la cooperativa, pero el precio era extorsivo, porque buscaban que fracasáramos. Ahora se ve mejor: los que fracasaron son ellos".

En el salón de reuniones ("los muebles son por canje publicitario", aclaran) hay 10 trabajadores reunidos, conversando sobre lo que quizás ya sea un enigma nacional: qué hacer en 2009. "Es una comisión que está planificando cómo seguir. La verdad es que tenemos problemas, y además tenemos problemas para resolver los problemas" dice Javier, un reconocimiento que suena más a fuerza que a debilidad. Tal vez, para seguir, y para entender los problemas, y para entender incluso cómo piensan el periodismo actual, convenga recordar cómo se llegó hasta aquí.

Un futuro de gloria

El diario nació en 1939. Todo fue felicidad hasta que en los 90 la familia Eguía entró en la vorágine de concentración y fusión de medios, vendieron el diario a su abogado que a su vez vendió un porcentaje a los brasileños de *Gazeta*, cuyo presidente Luiz Ferreyra Lévy voló a Córdoba para anunciarles a los trabajadores "un futuro de gloria". Era abril de 2001.

Tres meses más tarde ya les debían un mes y medio de salarios. La empresa contrató dos gerentes por 8.000 dólares mensuales cada uno, y los instaló en el Sheraton de Córdoba con la función de achicar personal, mientras el personal jerárquico del diario aumentaba sus propios salarios. La empresa empezó el vaciamiento: desaparecían computadoras, decodificadores satelitales, generadores. Los obreros organizaron marchas, reunieron firmas en su apoyo (incluso de jueces, abogados y otros habituales lectores del diario) y hasta escracharon a huevazos el consulado brasileño. Ailton Trevizan, ejecutivo de *Gazeta*, anunció a los trabajadores: "La existencia del diario no tiene sentido". A fines de 2001 los brasileños huyeron definitivamente, en medio de las bombas de estruendo de las marchas de *Comercio y Justicia* mezcladas con el 19 y 20.

En abril de 2002, trece personas formaron la cooperativa, y luego pudieron reingresar al diario, con autorización de la jueza Beatriz Mansilla de Mosquera. "La jueza se rió de la idea de la cooperativa, pero frente al vaciamiento no tenía muchas opciones. Encontramos al diario desmantelado, hasta el decodificador de la agencia TELAM se habían llevado". Quedaba papel, que vendieron junto a planchas de aluminio. Pusieron sus propias computadoras que no podían funcionar en red, y a puro diskette y caminatas de un lugar a otro, fueron restaurando el sistema nervioso del diario. El 20 de junio de 2002 volvieron a publicarlo. En un mes recuperaron 1.500 de los 3.600 suscriptores. Ya eran 43. Cobraban 200 pesos por mes que pudieron incrementar poco a poco. La jueza (con el muerto revivido por los trabajadores) llamó a licitación. Se presentaron Daniel Hadad (que ya había querido quedarse con el diario pagando la mitad de salario a la mitad de los trabajadores), el grupo Vila (con el inolvidable José Luis Manzano como lobbysta, que ya había capturado *La Capital* de Rosario) y el grupo Clarín (que con Canal 13 engulló a Canal 12 de Córdoba, y al diario *La Voz del Interior* a través de CIMECO).

El abogado de la cooperativa, en aquella época, fue Luis Caro. La licitación obligaba a los trabajadores a igualar las ofertas empresarias, misión obviamente imposible. Caro propuso la compra directa, contando las deudas a los trabajadores como parte del pago. Todo indica que miembros del Poder Judicial influyeron para que se considerara esta posibilidad, como un modo de -al menos de vez en cuando- hacer justicia. La jueza falló planteando que su función no era sólo impartir la ley, sino ser justa y equitativa. Anuló la licitación. Se vendió el diario en 1.140.000 pesos. La cooperativa consiguió créditos del Banco Nación, entre otros, que ya pagó en su totalidad. Tiempo después se alejó de Caro, como un modo de preservar su autonomía y capacidad de decisión.

Lucha y management

Mientras en la sala de reuniones siguen tratando de imaginar el identi kit de 2009, Nahum cuenta que, una vez ganado el conflicto, enfrentaron varios dilemas: "Habíamos partido de una etapa de lucha, con nuestra identidad de trabajadores. La cooperativa fue una herramienta de la práctica sindical. El asunto era: ¿cómo hacemos ahora para que esto no se hunda? Veníamos de un momento muy fuerte, la movilización, las asambleas para tomar cada decisión, el espíritu de recuperar esto todos juntos. Habíamos dado un salto enorme, y estábamos trabajando y publicando el diario. Pero había que dar otro salto: ¿cómo vamos a vivir cobrando 300 pesos por mes? ¿Podemos hacer más eficiente el trabajo?".

Javier: "Además estábamos muy presionados por deudas, teníamos que devolver los préstamos que nos habían dado para la compra. Estábamos urgidos por poner en marcha un negocio que funcionara bien. Después de la recuperación, dijimos: hay que ponerse a laburar para demostrar que esto tiene viabilidad económica. Lo logramos, pero después descubrimos que tampoco eso era lo que queríamos".

La Cooperativa entró desde 2004 en una etapa volcada a lograr esa eficiencia de funcionamiento. Empezaron a usar palabras que a nadie le gustaban demasiado. Nahum: "Había que ajustar costos, racionalizar procesos de trabajo. A mi no me gustaba demasiado esa idea, pero tampoco era una cuestión de gustos. Se jugaban cuestiones importantes. Se trabajó en la administración, en las ventas, se planificó mejor lo que hacíamos. En un primer momento, por ejemplo, todos hacíamos de todo, y algunos podían estar trabajando 18 horas por día. Hubo que acomodar eso, pensar que tenía que haber editores y redactores, especializaciones, modos de ordenar y garantizar el trabajo, hacerlo más lógico".

En *Comercio y Justicia* reconocen que esta etapa generó logros y pérdidas. Acondicionaron el nuevo edificio (calculan unos 300.000 pesos), ampliaron la capacidad de las rotativas (de dos a ocho cuerpos, unos 85.000 dólares dice Javier), cambiaron las computadoras, renovaron tecnológicamente todas las áreas de producción. De aquellos 300 pesos pasaron a ganar hoy un retorno (en las cooperativas no es un "salario") de 1.847 pesos, mínimo para todos, más la antigüedad, monotributo y parte de la obra social. Una diferencia es que los responsables de áreas ganan un plus (de un 20 o 30 por ciento, según la responsabilidad, nunca los abismos de las empresas privadas). Todo resuelto por todos en asamblea. Y "todos" ya no son los 13 que fundaron la cooperativa, ni los 43 que reeditaron el diario, sino los 80 socios actuales. Editan el diario (4.800 ejemplares por suscripción) y productos ya célebres en el mercado cordobés como el *Nomenclador Cartográfico*. Pero además imprimen el diario *Hoy Día* y unas 15 publicaciones periódicas más. "La mitad de los ingresos de la Cooperativa ya vienen por nuestro trabajo como imprenta", explica De Pascuale.

¿Qué es el destino?

Con semejantes resultados ¿cuáles fueron los problemas?

Nahum: Incrementamos los ingresos, pero perdimos diálogo. Las relaciones entre nosotros se volvieron más ásperas e instrumentales. Yo creo que es una pérdida de equilibrio. Quiero decir: el mismo estado asambleario permanente que nos permitió recuperar el diario, hoy nos hubiera impedido que estemos aquí conversando. Pero después resultó que no teníamos a los patrones, pero estábamos entrampados en relaciones y modos de trabajo con *patrones*, con rigidez. Terminamos siendo todos obedientes de esos patrones que nos pusimos nosotros mismos, perdiendo capacidad de dialogar y de inventar situaciones nuevas.

¿Sobrevivir se opuso a convivir?

Estamos en un sistema capitalista que te forma para ser patrón o empleado. Dueño o no. El que manda o el que obedece. A mí mismo me pasa. Es como una bipolaridad. Pero creo que vamos avanzando.

Javier: Las empresas tienen cuatro mecanismos: selección de personal, control y castigo, incentivos, y despidos. Nosotros no tenemos ninguno de esos. Somos los que estamos. En todo caso, cuando hay socios nuevos, lo que se valora es justamente su capacidad para entrar en un clima cooperativo de trabajo.

¿Qué tipo de fricciones pueden surgir?

Alguien pide un trabajo, y el compañero se niega. Siempre tratamos de que todos estemos conformes con lo que se hace. Pero una vez un compañero dijo que tenía stress laboral, cuando en realidad lo que le pasaba era que estaba en contra de hacer cierto trabajo. O sea, respondió como yo mismo le hubiera respondido a una patronal que sabés que te está explotando. En la etapa 'gerencial' esto tampoco se pudo resolver por vía disciplinaria o autoriaria, simplemente porque el autoritarismo tampoco sirve. No funcionó. La mecánica es de diálogos, de acuerdos y de abrir espacios comunes.

Javier: No tenemos reloj para fichar, no hay oficina de personal ni de recursos humanos. No somos recursos. Las privadas incentivan a la gente a que se pone la camiseta, ponen al empleado del mes y les regalan revistitas, buscan a los 'proactivos', pero todo es más de lo mismo, porque hasta eso lo usan como modo de explotación.

¿Y en *Comercio y Justicia*?

Aquí sabemos que no sirve que una persona tome la actitud burocrática de entregar seis horas de trabajo y desentenderse. Pero de lo que estamos hablando aquí no es de 'ponerse la camiseta' sino de que cada socio, en realidad, es protagonista. Y es bueno que se sienta así. De golpe el Consejo de Administración propone algo. Se discute en el área de trabajo que corresponda. Los compañeros dicen: esto sí, esto no. Se llega a un acuerdo y los propios compañeros se responsabilizan por esa tarea.

Algunas teorías suponen que los trabajadores de las cooperativas se autoexplotan.

Javier: Yo siento que entre trabajo y explotación hay una enorme diferencia que tiene que ver con dónde va a parar el rendimiento del trabajo. El sistema de la cooperativa es totalmente justo, porque el rendimiento va a parar a los que producen. Salvo que alguien piense que trabajar mucho es autoexplotarse. Yo no lo creo, hacia adentro la revolución ya la hicimos, aunque nos falte mucho. Tenemos una *antilógica capitalista*, un régimen humanizado de trabajo y de producción decidido por los propios compañeros. Hacia afuera no nos podemos sustraer a la lógica económica. Pero nuestro mayor aporte pasa por demostrar que los trabajadores podemos llevar adelante una empresa eficientemente".

Nahum vuelve a los equilibrios. "No sirvió la disciplina, ni sirve la informalidad. Lo que hacemos quizás no sea el mecanismo de emancipación universal. Pero para un grupo humano es un mecanismo

Doble censura

Enrique Lacolla tuvo la extravagante idea de escribir lo que piensa. Tiene 73 años, fue periodista del diario cordobés *La Voz del Interior* durante los últimos 33, columnista en los últimos tiempos a razón de 18 artículos mensuales. Frente al conflicto gobierno-ruralistas, en marzo escribió la nota titulada *La sedición del campo*. El diario la rechazó, y además desvinculó a Lacolla, hecho que el Circulo del Sindicato de Prensa de Córdoba denunció como "un doble acto de censura" que "coincide con la asunción del control total de la empresa Cimeco por parte del Grupo Clarín, que participa en forma directa en los agronegocios y cuenta en su directorio con poderosos terratenientes y empresarios del sector agropecuario. El mensaje es muy claro: no hay lugar para el disenso ideológico en los grandes medios de comunicación".

En conversación con *MU*, Lacolla dijo: "Estamos en la etapa más desembozada del periodismo marketinero, vinculado a través de sus monopolios al riñón del poder global. No se trata de que responda a ese poder, sino de que es uno de sus engranajes maestros".

En su artículo planteaba que el conflicto del campo mostró "la irreductible hostilidad de la clase alta a toda redistribución del ingreso que remotamente afecte sus bolsillos, y a la inconsciencia y el seguidismo de un buen sector del medio pelo porteño y de los productores rurales medianos, incapaces de diferenciar sus intereses de los de la Sociedad Rural y atentos sobre todo a los réditos que deducen de unas explotaciones que representan una escasa o nula inversión tecnológica y que, amén de no concentrar mano de obra, suponen un grave peligro ecológico que, si no es atendido con cuidado a través de la necesaria rotación de los cultivos, arriesga destruir la feracidad de nuestro suelo".

También criticaba al gobierno por la "ambigüedad de la política estatal, que no termina de romper con el modelo neoliberal que asignó a Argentina un papel de proveedor de alimentos de baja calidad explotados por los lobbies transnacionales y terratenientes".

Para el Cispren "se trata de un caso emblemático que debe llevar a interrogarnos sobre las supuestas 'grietas' que le quedan a un comunicador valiente y talentoso para ubicarse dentro de estos medios cada vez más concentrados. Si a un periodista, intelectual y docente universitario del prestigio y la trayectoria de Lacolla le ocurre esto, que nos espera a los que todavía creemos en el mandato social del periodismo". Lacolla aporta una respuesta: se instaló en www.enriquelacolla.com donde sus notas están a salvo de la censura.

El gráfico Dante Aguirre en el taller, un sticker sin censura y, a la derecha, las cifras de ingresos básicos de cada trabajador, que de memoria y con transparencia van surgiendo durante la charla. La Cooperativa compró el diario, es la principal donante de papel de Córdoba para el Hospital de Niños, pasó de 13 integrantes a los actuales 80, y se quedará con su actual edificio por el sistema de leasing. Hay dos límites internos: ni informalidad, ni régimen disciplinario, sino la búsqueda del equilibrio.

de emancipación, porque nadie va a venir de afuera a decir qué tenemos que hacer". Nahum se queda pensando: "Mirá, creo que se está avanzando, y que de algún modo somos dueños de nuestro propio destino".

Un nuevo partido político

Se escuchan risas de las mujeres y hombres que participan en la reunión descifrar el jeroglífico 2009. En el plano estrictamente periodístico los trabajadores de *Comercio y Justicia*, al recuperar el diario, no perdieron de vista a sus lectores naturales (jueces, abogados, profesionales, comerciantes y empresarios), pero cambiaron la línea neoliberal-cavallista. "Rescatamos una visión editorial de defensa de la economía real, la pequeña y mediana empresa, y las alternativas que surgen frente a la crisis. Salidas asociativas de productores, cooperativas, y todo lo imaginativo que surja con o sin apoyo estatal". De editoriales enviados desde la Fundación Mediterránea, pasaron a los de Salvador Trebe, integrante del Grupo Fénix y socio de la cooperativa.

¿Cómo se ve el periodismo desde un lugar que trabaja con estas características?

De Pascuale: "No es el Cuarto Poder, sino el primero. Es clara la imagen. Dirigentes de *Clarín* son además dirigentes de la Sociedad Rural. Ahí se dibuja el poder concentrado en Argentina. Y *Clarín* es parte de las AFJP, de los grupos que cotizan en Bolsa, socio de trasnacionales.

¿Qué es la prensa?

Parte del poder. Quedó clarísimo con el conflicto del campo y ahora con las AFJP. Posiblemente estemos asistiendo a la formación del partido político de los medios, como canales de reclamo del poder económico.

Cambio de sentido

Javier encuentra el ejemplo de lo que ocurre en la siempre anunciada reforma a la Ley de Radiodifusión "La presidenta tuvo dos reuniones con la Coalición por los 21 puntos, los sindicatos, las organizaciones sociales, las radios comunitarias, y después de eso el jefe de Gabinete, Sergio Massa, dijo que no tenía idea de que hubiera un proyecto de ese tipo. Cristina dijo: 'vamos a hacerla'. Massa dijo: 'no sé de qué me hablan...' Ese es el poder de la prensa: lograr que nada cambie."

Cree que además se invirtió de modo absoluto el sentido del periodismo. "En la historia, el nacimiento de la prensa tiene que ver con sacarle el poder a los grupos elitistas que manejaban la sociedad. Tuvo que ver con darle voz a la gente, transmitir lo que pasaba. Hoy es al revés: le sacan el poder a la gente, le dan la palabra al poder". Si algún soñador piensa que el oficio tuvo algo de Robin Hood, ahora se habrá llegado a la etapa Hood Robin.

Nahum apunta otra cuestión: "Se puede pensar que siempre fueron esto los medios, pero creo que en algún momento había un aspecto del periodismo como revelador de algo, y eso ocupaba algún espacio que hoy desapareció. Con la concentración, el negocio de los medios es la manipulación. El negocio principal es lo que no se dice. Por eso hace años está entrando en crisis el modelo del periodismo, que ya no le sirve a la gente. No te dicen nada, y si te muestran algo es para ocultarte otra cosa". Nahum recuerda el conflicto del campo como un mecanismo permanente de ocultamiento sobre el fondo de lo que ocurría: el modelo de desarrollo, el rol del gobierno. "Lo que los medios tratan de ocultar, finalmente, es la posibilidad de que la gente razone".

Javier: (sigue pensando en voz alta) El periodista cada vez más se ha transformado en una persona que vende su alma para reproducir lo que le dictan. Ideas pergeñadas por otros, por los círculos de poder, que él reproduce como un loro. En las maestrías de los diarios forman gente obediente. Y el periodista de estas empresas ya no es un tipo libre. Además, es de los más flexibilizados como trabajador, porque uno de los lugares donde más rápido se produce el cambio tecnológico es en la prensa. Y si no te adaptás, el cambio te pasa por encima. Celular, fotos, filmaciones, notebook, mp4, todo sirve para aumentar la productividad de gente a la que le pagan cada vez menos y tiene que ser cada vez más dócil". Javier agrega que los periodistas son personas que llevan micrófonos, grabadores y preguntas ya pensadas por otros, los ponen delante de la nariz de ministros o directores técnicos de fútbol, vuelven y el trabajo es sólo reproducir lo que les dijeron. (Túnel del tiempo: Jacobo Timerman planteaba que para tener esa clase de periodistas resultaba más lógico enviar dactilógrafas. Otra profecía cumplida).

¿Cómo se informa la gente?

Comercio y Justicia está tratando de congeniar con la Universidad de Córdoba para abrir espacio a otros modos de pensamiento. "Ahí también puede estar todo lleno de negocios y negociados, pero creemos que también hay quienes laburan con un pensamiento propio y con honestidad".

Otra de las garras de control es el papel, subsidiado por el Estado para Papel Prensa (*Clarín* básicamente, con *La Nación*, moviendo la cola fielmente a su lado, pero escribiendo contra la intervención estatal en los mercados). *Comercio y Justicia* recibe 7

Martes 25 de noviembre | Plaza Gral. San Martín, Belgrano y Buen Viaje, Morón Centro.

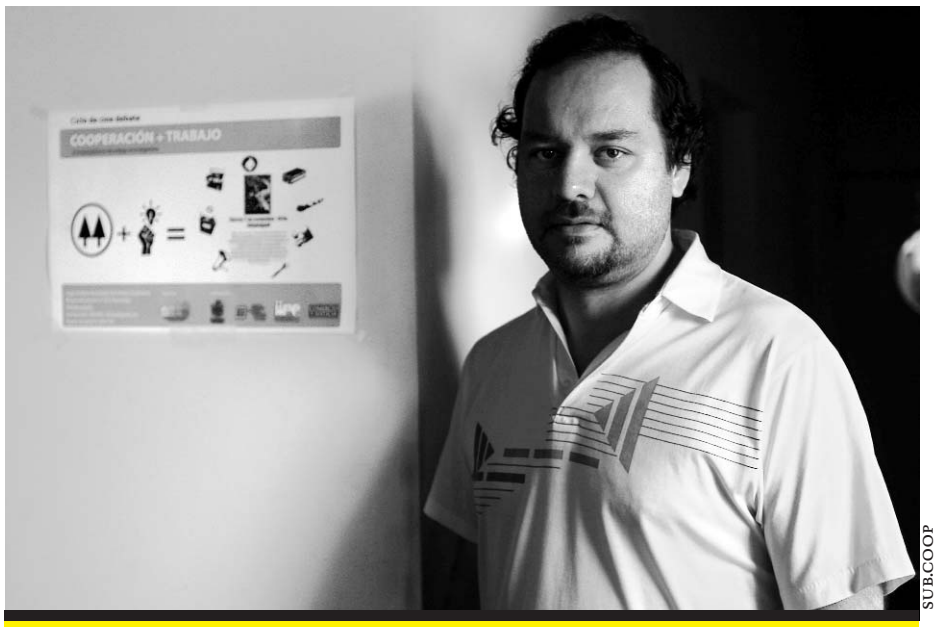
Día internacional de la
No Violencia hacia las Mujeres

18 HS.: MARCHA POR LAS CALLES DE MORON. (Desde la Plaza Gral. San Martín) / **19 HS.:** AYMAMA (trío femenino de folclore). Lecturas a cargo de **CRISTINA BANEGAS, ESTEBAN PROL y JUAN PALOMINO.**

CIERRE CON ARTISTA SORPRESA | Mesa de sensibilización y talleres en los barrios.

Informes: 4489-7782 (Dirección de Políticas de Género)
Ver programa en www.moron.gov.ar

MUNICIPIO DE **MORON**



SUB.COOP

Javier De Pascuale junto a un afiche sobre cooperativismo. Fue el primer presidente de la cooperativa, tenía tres años de mandato pero renunció a los dos, para facilitar la rotación con sus compañeros. "Hay que abrir los espacios".

bovinas mensuales de papel de las 90 que usa. Javier calcula que si fuera por Papel Prensa, el diario tendría que ser un semanario de cuatro páginas. "El control del papel y la distribución de la pauta oficial lo único que hace es favorecer a los medios concentrados". El precio por bovina de Papel Prensa es de casi 600 dólares. El papel importado cuesta el doble, y es el que se ven obligados a consumir los medios pequeños, gracias a este regalo que la dictadura de 1976 le hizo a *Clarín* y *La Nación*.

Nahum calcula que de todos modos es un abuso pensar que esos diarios son los más leídos. "Los diarios cooperativos que trabajan con nosotros venden en sus lugares hasta diez veces más que *Clarín*, que en todo caso es un diario porteño. Pero todo se mezcla más, la gente tiende a formar sus propios canales de comunicación. Esos gigantes tienen una función de negocios que ya no le sirve al público, que por eso busca otras opciones".

La gente de *Comercio y Justicia* no es quejosa. Simplemente toman nota de lo que les parece que es el panorama, y se han puesto a trabajar. Se sumaron, por ejemplo, a la creación de ADICRA (Asociación de Diarios Cooperativos de la República Argentina) como un modo de presionar juntos por cuestiones como el papel y la publicidad oficial. Están también allí el *Diario de la Región* (de Chaco), *El Independiente* (La Rioja) y el *Diario del Centro del País* (de Villa María, Córdoba). Además están planeando aliarse con diarios medianos y pequeños que sufren los mismos problemas. "Queremos crear un nuevo sujeto que reclame, porque además la única salida a todo esto es que surjan y funcionen cada vez más y mejores medios. Eso es lo que va a garantizar la información y la libertad".

Los que conocen *Comercio y Justicia* saben que es una especie de movimiento permanente.

Para encarar el año próximo, que ven venir un tanto amenazante, lanzarán una campaña aprovechando el 70º aniversario de la fundación del diario. Formaron el grupo de Planificación, que durante noviembre va a realizar una propuesta a toda la asamblea, pensando en el trabajo de todo el año, y también en la celebración. Nahum: "Si la etapa eficientista fue un salto, ahora no queremos que sea un escollo. Queremos recuperar el clima, la capacidad de diálogo, de lo común y lo consensuado, una especie de nuevo contrato cooperativo que nos permitan que tanto el trabajo como la vida sean buenos".

Otro proyecto es la página web que se transformará en un diario en sí mismo, con el agregado de crear una red con los lectores y una comunidad informativa. "Vamos a ver cómo sale. Capaz que tenemos vicios de la vieja prensa..." dice Javier, y pronuncia una frase que a la vez es un privilegio que han sabido ganarse... "pero por lo menos tenemos la posibilidad de construir otra cosa".

En el Chaco, imponiendo agenda

"La diferencia entre nosotros y los otros medios locales es que somos una cooperativa. La discusión es nuestra principal herramienta de construcción de discurso y lenguaje, no como los diarios convencionales donde el mecanismo está establecido por jerarquías" cuenta Lisandro Vargas Gómez, 26 años, presidente de la cooperativa de trabajadores que recuperó y edita *El Diario de La Región*, de Chaco, que logró la siguiente hazaña: un diario censor de temas de derechos humanos, que además quebró, se ha convertido de la mano de sus trabajadores en un modelo de investigación de la realidad de la región, mostrando que la libertad es una posibilidad, cercenada principalmente por los medios comerciales. Un ejemplo ilustrativo: la investigación que hicieron sus actuales periodistas en 2001 y 2002 sobre la masacre de Margarita Belén (22 presos arrancados de la cárcel de Resistencia en diciembre de 1976 para ser fusilados).

En cambio en la competencia, *La Voz del Chaco* (y en otro de sus periódicos, *El Liberal de Corrientes*), hace dos meses la empresa envió a sus editores el siguiente e inolvidable comunicado: "Por expresas indicaciones del Dr. Martínez Llano (aclaración: el dueño de esos diarios) cumplo en informar que deberán abstenerse de cualquier tipo de publicación que roce a la institución militar y en particular al Señor Teniente General Luciano Benjamín Menéndez, instrucción ésta de carácter permanente y orientación precisa sobre el tratamiento de los delitos llamados de lesa humanidad".

El Diario de la Región, ya en manos de sus trabajadores, se ha convertido el segundo en ventas de la provincia: 3.500 ejemplares. Propone temáticas como derechos humanos, luchas sindicales, pueblos originarios, cooperativismo, género.

¿Cuál es la medida del éxito en un diario como éste? "La posibilidad de imponer temas en la agenda, así como la repercusión de nuestras producciones. Y como organización, hemos hecho dos encuentros provinciales de empresas recuperadas, así como muestras de arte político, intervenciones, todas actividades con un alto nivel de concurrencia".

Forman parte además de ADICRA, la Asociación de Diarios Cooperativos, y el clima es visiblemente juvenil: "se sumaron varios periodistas jóvenes que venían de otros diarios y medios, seducidos por la forma de trabajo y discusión sin jerarquías ni jefaturas que se da en la cooperativa. También es cierto que la idea empleado-patrón en algunos casos parece irrompible, pero lograr un estilo solidario y compartido es la meta: que cada uno asuma que dirigimos nuestros destinos".

La distribución de ingresos no es fija, ya que depende de lo que la cooperativa vaya cobrando por concepto de ventas y publicidad. "El piso es digno en estos años, y se puede decir que en 2008 hemos superado todos los meses el salario mínimo, vital y móvil de 900 pesos" revela Lisandro. "El reparto es igualitario porque los ingresos no eran suficientes como para sacarle a uno para darle más a otros con más responsabilidad o carga horario. Eso se mantiene aunque un sector importante de los trabajadores cree que hay que discutirlo para establecer alguna forma de escalafón".

¿Qué concepto manejan sobre el oficio periodístico?: "Periodismo es hacer comunicación. Tener un constante intercambio con los sectores sociales y organizaciones. No creemos en la objetividad, sino en la pluralidad de subjetividades y en las múltiples lecturas de la realidad".

¿Y los medios comerciales? "Son herramientas políticas de operación. Cada vez tienen menos temor a perder credibilidad a la hora de defender determinados intereses. Transformaron su identidad en mercancía, parecen aislados de la realidad de los lectores. Fuera de la mercadería que para ellos es la información, no hay absolutamente nada".

SATSAID
Sindicato Argentino de Televisión
Servicios Audiovisuales, Interactivos y de Datos

TV SALUD
OBRA SOCIAL DE TELEVISION

SUB.COOP

Aires de libertad

RADIO SUR, DE CÓRDOBA

Es una emisora comunitaria que festeja sus 20 años de emitir las voces del barrio Sur, en el conurbano cordobés. No sólo se trata de los programas que los vecinos hacen, ni de que es la radio más escuchada en esa zona, sino del trabajo social que la sostiene y que demuestra de qué se trata, en serio, la comunicación.

Al llegar cuesta entender si esto es una radio o una nave que está a punto de partir hacia algún viaje inesperado. Los integrantes del programa *Fiesta de Cuartetos* andan subiendo equipos a una camioneta para llevarlos a una exposición de jóvenes de barrios periféricos, donde cantarán grupos de cumbia y habrá teatro hecho por chicos con Sindrome de Down. Mientras suben los equipos saludan a Pituca, que conduce *Amigos del Tango* todas las noches y es madre de una desaparecida.

Quizás la nave ya partió, porque en la sala los operadores timonean a Tito Guzmán, que está en el aire, con su programa *La Feria*, donde caben desde las denuncias sobre lo que pasa en el barrio, hasta las recetas de cocina de Lucy. "Pero no es *mi* programa -dice Tito- yo soy el conductor: la radio la hacemos todos". Un poco más allá, los chicos de uno de los talleres de capacitación del barrio están organizando una carpeta de fotos maravillosas que hicieron ellos mismos. Y otro poco más acá, con unos mates que rondan como micrófonos, se arma una reunión con los corresponsales populares de la radio: Susy que además hace reiki, Cristina que es farmacéutica, y Oscar, integrante de la legendaria Comisión del Inodoro Gigante que -con la radio como altavoz- movilizó al barrio para lograr que sus habitantes no vivieran sumergidos en ya-saben-qué.

Este flash es apenas un minuto de lo que vive Radio Sur, FM comunitaria ubicada en el barrio Villa El Libertador de Córdoba, que no está a punto de partir: siempre está viajando. El itinerario va por dentro de la sociedad, sus conflictos y sus alegrías. Como lo saben los vecinos -quizás no los científicos de la comunicación- esta radio se mueve de un modo que cualquiera puede imaginar: una pata en la tierra y la otra en el aire.

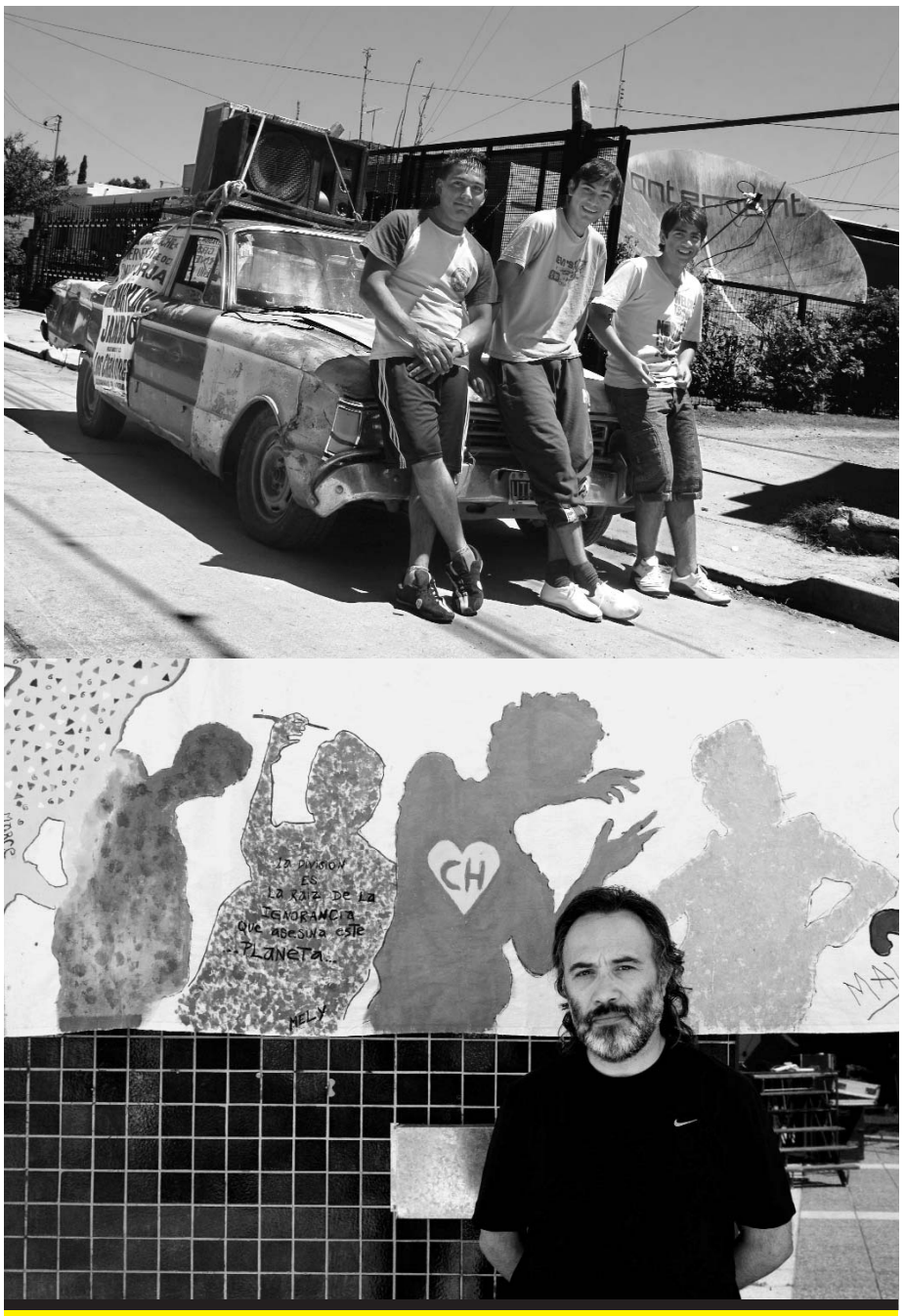
La gesta del inodoro

Villa El Libertador forma parte de Barrio Sur, 250.000 personas, una enorme ciudad en sí misma donde se escucha por todos lados esta radio que habrá que agasajar con torta y velitas porque el 10 de diciembre cumplirá una edad mítica: 20 años.

La fecha no es casual, cuenta Judith Gerbaldo: "El 10 de diciembre es el Día de los Derechos Humanos. El barrio es emblemático por la cantidad de desaparecidos sociales que tuvo durante la dictadura, y todo lo que hacemos está impregnado por esa idea: ni los propios organismos de derechos humanos a veces han entendido que la comunicación también es un derecho humano". La historia nació con un grupo que integraba CECOPAL (Centro de Comunicación Popular y Asesoramiento Legal) organización que trabajaba con los vecinos por el problema de la tierra, los abusos inmobiliarios y la creación de huertas comunitarias. Pronto verificaron que la comunicación era algo demasiado importante como para delegarla en manos de los "medios de comunicación". Estaban necesitando pronunciar y oír sus propias palabras. Fecundada la idea, el parto fue feliz: "Queríamos darle micrófono a quienes no lo tenían para que pudieran contar sus problemas, ver entre todos cómo resolverlos, y además escuchar música, informar de otro modo, y trabajar con los vecinos" plantea Mario Farías, director de la radio.

Lo hicieron. Han organizado campañas de vacunación, forestación de espacios públicos y talleres de capacitación en las áreas más diversas. Frente a una toma de una escuela reclamando salarios, por ejemplo, transmitieron tres días desde dentro de la toma. "No estamos afuera, formamos parte de las luchas del barrio" explica Cristina.

Un caso emblemático fue el reclamo de los Consejos Vecinales: "Vivíamos en



Arriba, el Falcon anaranjado, propaladora de los chicos del programa de música cuartetera, junto a la antena satelital de la emisora. El director es Mario Farías, junto a los murales de la exposición juvenil que promovió la misma radio. Hubo cumbia, talleres y teatro de los chicos del barrio, incluídos los que sobrellevan el síndrome de Down.

medio de los excrementos por falta de obras" recueda Oscar Parissi, que tiene un taller mecánico en el barrio y con sus vecinos y la radio promovió un reclamo que se simbolizó en la construcción, con caños y tela de pasacalles, de un inodoro de casi nueve metros de altura en pleno 2001. "Formamos la Comisión del Inodoro Gigante, hicimos cortes de ruta, pero dejábamos pasar a los autos dándoles un volante informativo. Cuando volvían, del otro lado de la ruta, recuperábamos los volantes para poder repartirlos otra vez. Mucho recurso no había, ¿sabe?". La gesta fue exitosa, aunque recién tras cinco años de inodoro movilizado.

Al entender su propia fuerza, todo este movimiento siguió viaje, cuenta Oscar: "Hay unos 236 centros vecinales, y los estamos recuperando porque en muchos casos no hacen nada o no nos representan, y eso casi siempre pasa porque se van para la política partidaria o la función pública. Y ahí sí que morimos. Si vamos a terminar siendo punteros políticos, todo esto no sirve para nada".

Pituca baila el tango

Uno de los emblemas de la radio es el programa *Amigos del tango*, que Pituca Avendaño conduce de lunes a viernes desde hace 19 años. La diferencia de un programa así en una radio comunitaria es que la gente va a bailar a la emisora una vez por mes. Los oyentes escuchan tango en vivo y pueden imaginarse una fiesta de firuletes (o ir a sumarse). "Conocí la radio porque venía a denunciar los problemas del asfalto, la luz, el colectivo, y a pelear para que pusieran un colegio secundario, que se logró", narra Pituca, que tiene una hija desaparecida por las huestes de Luciano Benjamín Menéndez. "Nunca me devolvieron los huesitos. Lloro, pero calladita. Y acá seguimos peleando, pero también haciendo una radio que es como una segunda casa para todo el barrio". Cuentan que hace poco presentaron una obra teatral en la FM, y varios vecinos confesaron que jamás habían ido a un teatro.

De abajo hacia arriba

Sur emite informativos de ALER (Asociación Latinoamericana de Enseñanza Radiofónica) y FARCO (Foro Argentino de Radios Comunitarias). Judith: "Nosotros recibimos los informativos y participamos. No es una *cadena*, como la CNN suponete, que manda un tipo con su mirada y su ideología. Acá es una *red*. Cada radio hace su propuesta, decide a quién pone, qué informa, y así se va elaborando un tipo de informativo totalmente diferente, de abajo hacia arriba".

Otro secreto: Sur no es una de esas típicas emisoras-hosteles, que alquilan espacios al que pasa por ahí, con baño compartido. "Aquí hay un concepto que reúne a toda la radio, y por eso hay programas de 19 años como el de tango, pero también otros que están desde hace 10 o 15, siempre con mucho éxito" dice Tito Guzmán. Éxito difícil de medir. "Para IBOPE no existimos" cuenta Mario. "Algunas investigaciones de estudiantes con muestreos sobre 250 casos, indicaban que *La Feria*, a la mañana, tiene un 40 por ciento de encendido en el Barrio Sur. Baja a la tarde y sube otra vez con el programa de Pituca".

Medios y fines

Más secretos: la otra fuente informativa de Radio sur son sus corresponsales populares. "Para nosotros lo que hacen ellos es verdadera comunicación contrahegemónica, porque no son periodistas sino vecinas y vecinos que encontraron en la comunicación un modo de fortalecer a las comunidades" explica Judith. La red de corresponsales incluye a la enorme comunidad boliviana, con don Sócrates Condorí, albañil, puestero de ropa, y ex compañero de Evo Morales como un referente. Susy Carranza, especialista en reiki y terapias alternativas, además de corresponsal, pronuncia una definición antológica: "Para mí comunicar es que la gente se entere de las cosas que los medios no cuentan".

Cristina Yáñez, presidenta de una junta vecinal y farmacéutica, postula: "El sentido actual de los medios de información es desinformar. Son parte del poder, quieren que naturalicemos la pobreza, la injusticia y la exclusión, que nos parezca lo más normal del mundo".

Susy, además, produce el programa feminista *Tramando*, y cubrió el juicio a Luciano Benjamín Menéndez "con una mirada de género". ¿Qué significa eso, en un juicio a militares? "Si bien hombres y mujeres sufrieron torturas, padecimientos y crímenes, se vio que el caso de las mujeres fue peor por su vulnerabilidad y porque estaban en manos de quienes las tenían secuestradas como objetos, no como sujetos, para sus necesidades. En este juicio apareció muy fuertemente como dato la violación como uno de los tormentos". La corresponsal popular detectó así algo que suele quedar oculto o relegado en las denuncias sobre la dictadura: los militares eran literalmente violadores.

Susy detalla que *Tramando* se dedica también a hablar de la píldora del día después, de los centros de salud que no la entregan, de organizaciones de mujeres, "en un lenguaje llano para mujeres que a lo mejor no terminaron la primaria, pero sostienen familias enteras y saben mejor que nadie cómo es la vida".

¿Todo eso implica una mirada local? Judith plantea que al contrario, la radio funciona abierta al mundo. "Aquí se apunta a la transformación social a partir de la recuperación de la palabra. Se habla de lo que pasa en el mundo y en el país, sin quitar lo cotidiano, la alegría, la música. Tiene que estar la denuncia, la crítica. Pero también tenemos que enamorar".

Power on

La radio se financia con publicidad del barrio definida como "bolichera", algunas pautas oficiales que brillan más por ausencia que por presencia, el aporte voluntario que realizan algunos programas cuando pueden, y toda una línea de fondos que buscan para realizar proyectos educativos y de comunicación (por ejemplo, una red de radios escolares del barrio). "Somos expertos armadores de proyectos, siempre que estén en línea con lo que hacemos. Preferimos morirnos secos antes que hacer cualquier cosa para conseguir recursos", explica Mario.

¿Cómo se ve desde este lugar lo que pasa con el periodismo? Parissi aprendió que la prensa convencional se acercó movida por la curiosidad hacia el inodoro. "Pero esta radio fue fundamental para que el reclamo se convirtiese en obras". Cristina: "Son monopolios ideológicos, quieren ser formadores de conciencias, pero no ayudan a nada positivo". Judith: "Estamos pasando por un momento gravísimo para la democracia. Los medios trabajan al servicio del poder financiero y económico, sin importarles lo que sucede en la base de la sociedad. Lo del campo fue la mejor prueba. La manipulación a favor de los sojeros fue asquerosa salvo en nuestro caso y en el de Radio Nacional, que se bandea para el lado oficialista. Las radios han sido de la peor derecha, principalmente LV3 y la sucursal cordobesa de Mitre".

Hacer política

Parece que unos investigadores en comunicación anduvieron por el barrio consultando sobre la influencia de Sur. "La radio nos enseñó a hacer política" contestó un grupo de vecinos. Los investigadores pensaron que allí se hacían talleres políticos, seminarios concientizadores, memorizaciones militantes. "No. Lo que pasa es que la radio nos obligó a hablar, a planear qué queremos, cómo vemos las cosas, a discutir al aire con funcionarios para que hagan lo que tienen que hacer. Y para eso tuvimos que prepararnos, conocer, argumentar y hablar mucho entre nosotros para saber qué decir". Es posible que sea otra definición para recuadrar sobre lo político, pero habrá que pensarla después porque ahora los chicos de la Expo Joven que promuve la radio se están instalando en un centro comunal para hacer talleres sobre salud sexual, cómo detectar y defenderse de los abusos de autoridad, o de la discriminación, y después habrá recitales de cuarteto y cumbia. Vendrán casi 1.000 chicos de barrios llamados periféricos (cada vez más centrales). En un rincón encienden los equipos, y armaron algo que llaman *radio abierta*. Tal vez en esas dos palabras esté la clave de todo.

FOETRA Sindicato Buenos Aires
FEDERACION DE OBREROS Y EMPLEADOS TELEFONICOS DE LA REPUBLICA ARGENTINA

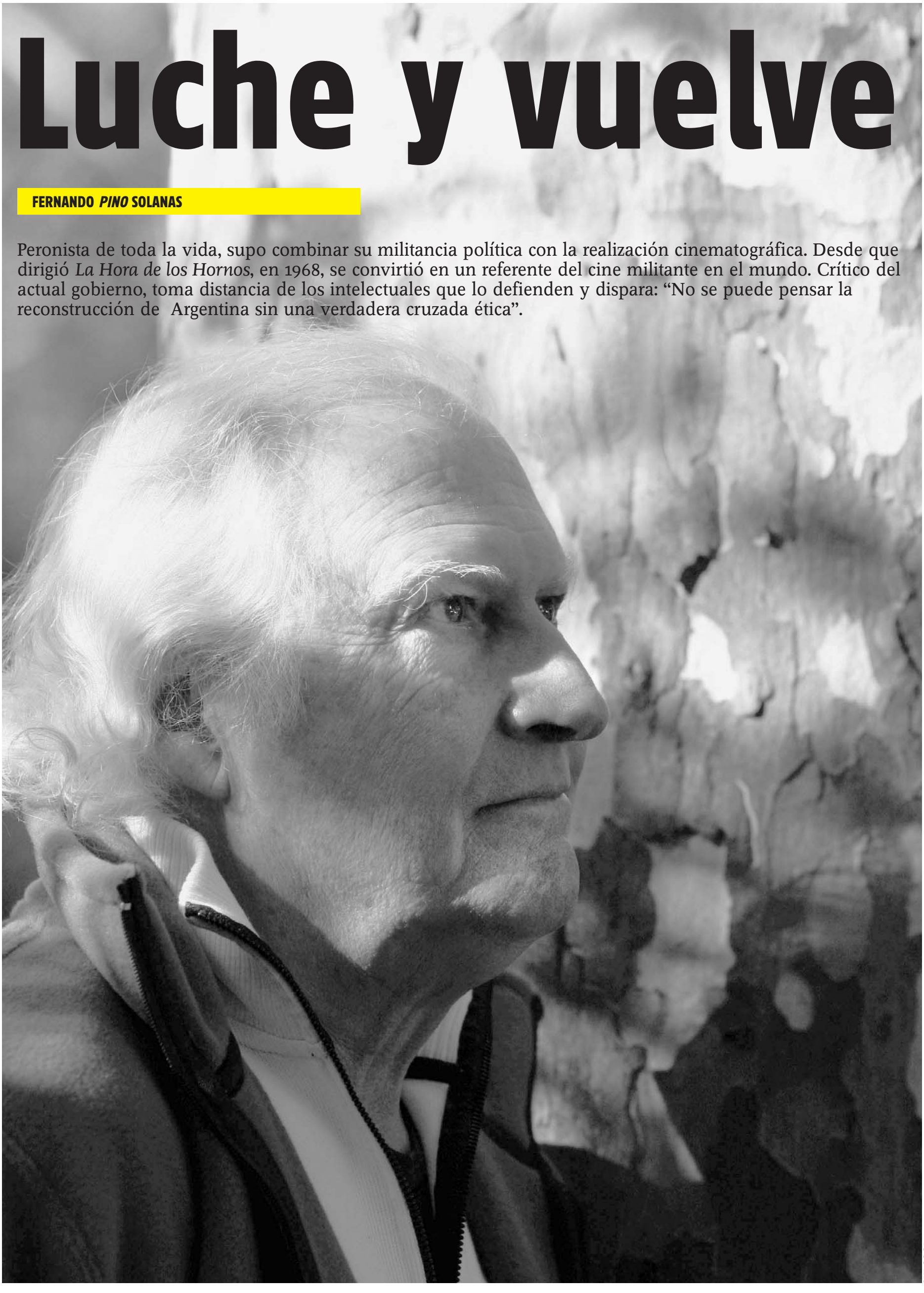
→Un sindicato pluralista, democrático y combativo donde los afiliados participan y deciden.
→Por la defensa de los intereses de los trabajadores sin ningún tipo de condicionamiento. →Contra el tercerismo y todo tipo de precarización laboral. →Por el derecho de los trabajadores a organizarse sindicalmente.

Tte. Gral. Perón 1435 - Ciudad Autónoma de Bs. As. (1037) - T. (5411) 4375.5926/29 | www.foetrabsas.org

Luche y vuelve

FERNANDO *PINO* SOLANAS

Peronista de toda la vida, supo combinar su militancia política con la realización cinematográfica. Desde que dirigió *La Hora de los Hornos*, en 1968, se convirtió en un referente del cine militante en el mundo. Crítico del actual gobierno, toma distancia de los intelectuales que lo defienden y dispara: “No se puede pensar la reconstrucción de Argentina sin una verdadera cruzada ética”.



SUB.COOP

Retenga este número: cuarenta y cinco. Para ningún peronista significa un número más. Es el año de la movilización del 17 de octubre, y del nacimiento de un fenómeno de masas quizás irrepetible. Para quien escribe esta nota, esos datos parecen extraídos de un manual de historia. El motivo también tiene que ver con ese número: son los años de vida que me lleva el entrevistado. El desafío, entonces, es obvio: acortar esa brecha y entender desde el presente qué queda de aquellos tiempos de agite.

Pino Solanas nace en 1936, "plena década infame, la del fraude patriótico, la del pacto Roca-Runciman, la del invento de la picana, la de la Argentina 'colonia inglesa', a un año de la muerte de Gardel, el año del fusilamiento de Lorca y la guerra civil española, a tres años de la Segunda Guerra, y a cinco de que Orson Welles filmara *El Ciudadano*", enumera en *La Mirada*, un libro de reflexiones escrito hace dos décadas en el que teje un hilo conductor entre el arte cinematográfico y los conflictos sociales de la época. De eso se trata, de entrenar la mirada para captar la imagen precisa que permita comprender qué es lo que pasa a nuestro alrededor.

Minas perversas

Pino Solanas reivindica los primeros diez años de gobierno peronista. Le pregunto por qué, ya que pasó más de medio siglo y no parece haber quedado mucho de aquellos tiempos. Dirá Pino: "Los principios fundamentales y códigos doctrinarios del peronismo están en la constitución de 1949: los derechos del trabajador, de la niñez, de la ancianidad, y el artículo 40º, que es toda una revolución económica. Si uno a eso le agrega el paquete de leyes votado en el parlamento en 1947 -que no tiene parangón en América Latina- se da cuenta que era el puntapié inicial de una revolución social. Para que te des una idea, pibe, una de las leyes decía que ninguna empresa podrá repatriar a sus casas matrices más del 8 por ciento de las ganancias. De todo eso no quedó nada".

¿Y hoy cuando hablamos de peronismo a qué nos referimos?

Es un tema complicado... Vos le decís 'soy peronista' a un muchacho de 20 años y es una cosa muy confusa. Desde hace varias décadas se viene produciendo una degradación de los paradigmas del peronismo. Por eso la necesidad de agregar adjetivos o aclaraciones para explicar de qué estamos hablando. El problema de fondo es que desde la muerte de Perón se empezó a traficar con la herencia política que dejaba el líder del movimiento de masas más grande de América Latina. Y como era un movimiento que contenía a distintos sectores, desaparecido el líder, aparecieron todo tipo de travestismos y de filtraciones".

Pino no lo dice de manera explícita, pero en esa bolsa caen tanto Menem como el matrimonio Kirchner. Sin que me dé tiempo a preguntárselo, él arranca solo. "El gobierno de Kirchner ha demostrado una vocación antipatriótica absoluta, colocando sus intereses personales por encima de los de la Patria. Te doy un ejemplo muy claro. En octubre de 2006 se vota la reforma a la Ley de Hidrocarburos. Las provincias empiezan en silencio a negociar con las empresas la prórroga de las concesiones que había aprobado Menem, y que terminaban en 2017. En ese año el Estado argentino las recuperaba sin mover un solo dedo. Fijate vos lo obsceno de la situación: la ley dice que las prórrogas se pueden negociar sólo seis meses antes de la finalización del contrato, siempre y cuando hayan cumplido con las inversiones pautadas. En este caso no sólo no habían hecho tales inversiones, sino que encima se empezaron a negociar ¡10 años antes! Incluso en Cerro Dragón, el principal yacimiento nacional de petróleo por su calidad, se renovó la concesión hasta 2047. Lo más perverso de todo es que la Nación podría hacerlo asociado a las provincias, y no depender de empresas privadas manejadas por gente como Cristóbal López -testaferro de Kirchner-, sosteniendo así un verdadero capitalismo de amigos. Para volver al principal peronismo: primero la Patria, después el movimiento, y por último los hombres y las mujeres. Nada de esto se ve en la gestión de los Kirchner", concluye.

Sueldo y pico

El libro *La Mirada* surge de una extensa entrevista que Horacio González le hizo a Pino a fines de los 80. Hoy están ideológicamente distanciados. Aquél defiende al gobierno encabezado primero por Kirchner y luego por su esposa, mientras que Pino asume una posición mucho más crítica. Como me podía imaginar, la diferencia también la marca la cercanía al proyecto de país impulsado por Perón. "Hay intelectuales, como Norberto Galasso y algunos otros, que comparan al gobierno de Kirchner con la primera etapa del gobierno de Perón. Eso es una falta de memoria absoluta. Perón toma tres medidas claves: nacionalización del Banco Central -hoy sigue regido por la Ley de entidades bancarias sancionada por Martínez de Hoz en plena dictadura-; nacionalización de los depósitos bancarios -hoy no hay proyecto nacional que priorice el crédito para la industria local-; y nacionalización del comercio exterior -hoy ni en el auge del conflicto con el campo se cuestionó a los grandes grupos agroexportadores-. Entonces pensar en similitudes entre un gobierno y otro me parece un disparate", se posiciona Pino.

¿Cuál es, entonces, la distancia que tiene que haber entre un intelectual y el poder?

El intelectual no puede ser una suerte de materia pura que observa de afuera. No se puede estar en la tribuna del Coliseo, hay que bajar al ruedo y correr la suerte de alguno de los que está peleando. Mirar de afuera siempre es fácil, me parece una actitud cobarde, y yo defiendo a los que dan un paso al frente y se comprometen con un proyecto. Ahora, a no confundir: de ahí a cerrar el pico frente a las barbaridades que comete el gobierno al cual vos estás sirviendo, eso es aberrante. Los intelectuales son híper críticos, hasta que empiezan a cobrar un sueldo y entonces censuran públicamente buena parte de sus opiniones. Eso merece la peor de las críticas.

Crear el poder

La charla continúa fluida. Por momentos siento que estoy haciendo un curso intensivo de Peronismo I, impartido por alguien que lo vivió de primera mano. Pero lo que sé de Pino (y esto no me lo contó nadie) es que no sólo las palabras son su fuerte para ofrecer esa visión que él tiene sobre Argentina reciente. Están las imágenes, y está la cámara que le permitió hacer pie frente a la imposición de la mirada de los otros. Dirá Pino en el citado *La Mirada*: "Es necesario un paciente trabajo de objetivación del material, de crítica a toda la colonización pedagógica de la que vive un aparato cultural poco imaginativo, que copia mal y de manera desactualizada. A ese aparato contribuyen muchos centros académicos con sus revistas y diarios, y en muchos momentos la propia universidad. Por eso el primer gesto de salud mental y de salud del alma es desarmar esos modelos que se nos venden como absolutos y máximos".

¿Qué lugar ocupa el cine ahí?

Así como una película no cambia el mundo, ni hace la revolución, puede incidir en lo inmediato mucho más que un libro. Aunque sea tirás una piedrita en una laguna...

¿Y quién marca los tiempos entonces? ¿La televisión?

Claro. La televisión trabaja el imaginario colectivo e induce a la opinión pública. En épocas de marcada despolitización como esta, donde se impuso la cultura de la derrota de los 90, se ve muy clara esa tendencia. Hay un sentimiento de derrota que viene impulsado por el neoliberalismo y por las universidades que se alinearon en esta postura al momento de enseñar. Todo eso es una máquina que te dice 'dejá el romanticismo de lado, y sálvese quien pueda'. Eso laceró la solidaridad y la idea de experiencia colectiva, reemplazándola por la cultura del individualismo. Entonces el cine dejó de ser una experiencia colectiva y se transformó en un DVD el sábado a la noche en casa tomando una cerveza con amigos".

Por momentos creo que Pino lee mis pensamientos. Frente a sus palabras tengo el mismo sentimiento de derrota que él relata. No encuentro una salida, ni siquiera cuando trato de pensar qué hubiera hecho Perón en mi lugar. Otra vez, él se me adelanta. "Nadie nunca en la vida encargó un poema. Si se acercan a decirte que escribas es para decirte 'escribí lo que yo quiero que escribas'. La juventud, ustedes, tienen que aprender a crear sus propios poderes, y hoy tienen muchas más facilidades que antes. Los medios de producción hay que inventarlos, nadie va a venir a decirte cómo los tenés que hacer. Nadie ha tenido más chances de hacer cine que la generación actual. En mi época si querías filmar tenías que comprar fílmico. Hoy no cuesta nada: cualquier chico con una cámara de mil dólares filma un largometraje. Las nuevas tecnologías han democratizado el cine, hoy no filma el que no quiere", arenga.

Petróleo Sangriento

Y Pino quiere seguir filmando. Al éxito impensado de *La próxima estación* (documental sobre el saqueo y vaciamiento de la red ferroviaria argentina, que sigue en cartel con más de 50 mil espectadores acumulados) le sigue un film sobre la necesidad de recuperar los recursos naturales. Así, planea terminar una pentalogía que se inició con *Memorias del Saqueo*, siguió con *La dignidad de los Nadies*, *Argentina Latente* y *La próxima estación*. El documental se llamará *La tierra sublevada*, y Pino me cuenta que el día que hacemos la entrevista es el primero que pasa en Buenos Aires después de estar más de una semana recorriendo el norte argentino en busca de testimonios para el film. "Los signos distintivos de la época en América Latina son los vientos de transformación para recuperar los recursos naturales. La pelea es por la recuperación de la minería y el petróleo. Si no hablamos de estos temas, estamos hablando de otra cosa, no de cambio. El valor supremo es la vida, y las formas de conservarla y de cuidar el medio ambiente." Y frente a las luchas por el cuidado de la ecología y los bienes que son de todos, asoma nuevamente la figura de Perón. "Lo que marcó el gobierno de Perón es que puso una revolución social en marcha apoyada en dos pilares fundamentales: defender los intereses de la nación y la ética pública. Esa fue una respuesta a la sociedad que demandaba un país menos infame, menos oligárquico, incorporando a los que se quedaban afuera. Los años 90, en cambio, son la generación del reviente, la generación prostibularia: los bienes públicos, lo que es de todos, se convierte en botín de guerra de la clase dirigente. No se puede pensar la reconstrucción de Argentina sin pensar en una cruzada ética. Lo que es de todos tiene que estar en el centro de la cuestión".

Para terminar, Pino cuenta una anécdota sucedida hace un par de años, cuando tuvo la posibilidad de hablar por primera y única vez con Néstor Kirchner. "En esa ocasión le dije: 'mirá Néstor, el 70 por ciento de los argentinos está de acuerdo con la nacionalización del petróleo'. 'Te equivocás, el 72' me respondió'. Entonces, ¿cómo es posible?. Porque no hay voluntad política de avanzar más en la recuperación de los recursos naturales, ni de reconstruir la industria pública. Y es falso que no se pueda. Se puede".

Pino habla de Perón como de un padre del que está orgulloso. Alguien que le mostró las herramientas para construir un camino, y le dio la libertad para hacerlo. Escucho a Pino como un abuelo que me entrega el testimonio de lo que vivió, que se niega a aceptar la realidad actual, y que desde su lugar la sigue peleando. Termino la entrevista y para volver al centro busco la parada del 45 (¿qué otro?). Una vez arriba sigo leyendo *La Mirada*. No me había percatado de la dedicatoria casi hasta el momento de bajarme: "A quien tenga veinte años". Seguro que cuando llegue a mi casa la primera palabra que ponga en el Google va a ser Perón.

Podés conseguir varios de los documentales de Pino Solanas en *Mu* Punto de Encuentro (Hipólito Yrigoyen 1440). Para más información, visitá su web oficial: www.pinosolanas.com

ATENCIÓN AL VECINO
0-800-999-5656
Lunes a viernes de 8 a 14 hs.
atencionalvecino@quilmes.gov.ar
MUNICIPIO DE QUILMES
«Las Islas Malvinas, Georgias del Sur y Sandwich del Sur son argentinas» Ordenanza N° 8976/01

ENVIOS A DOMICILIO
YERBA MATE
Titrayju
Un consumo responsable para un país solidario
Bulnes 14 - Tel: 4958-0679 www.titrayju.com.ar

SUB.COOP

El colectivo de fotográfos SubCoop se tomó el trabajo de retratar a toda la familia de la Feria del Libro Independiente y Amiga. Poetas, editores, escritores, público y amigos desfilaron ante la cámara para ponerle cara a esta construcción colectiva. Cada encuentro se realiza en un espacio comunitario. Siempre, la entrada es libre y gratuita. Hay proyecciones, a veces bandas en vivo, lecturas, charlas, debates y, en algunas ocasiones, se dictan talleres de impresión y armado de libros. "La organizamos entre todos, la difundimos entre todos y la disfrutamos juntos", es la propuesta. Lo que empezó siendo una respuesta a la Feria del Libro oficial se transformó en un espacio propio, cada vez más nutrido. Las reuniones de organización son abiertas y se realizan todos los martes, a partir de las 20 horas. Las últimas se hicieron en el Centro Cultural Pachamama, del barrio de Almagro, pero conviene consultar la página del blog (www.feriadellibroindependiente.blogspot.com) para confirmar la cita.

Familia rodante

FERIA DEL LIBRO INDEPENDIENTE Y AMIGA (FLIA)

Ya tiene tres años y nueve ferias en su haber. Es una construcción colectiva impulsada por un numeroso grupo heterogéneo en edades, oficios, género, ideas políticas y personalidades. Del autor al lector, en serio.

El objetivo: "Editarse uno mismo y ayudar a los escritores independientes a que se autoediten es importante, pero el verdadero desafío es cómo se distribuyen esos materiales". La FLIA viene a responder ese interrogante. Tiene una larga historia que comenzó hace más de diez años, cuando Esteban Charpentier, del grupo Maldita Ginebra, ideó una contraferia para oponerse a la Feria del Libro tradicional que ya se había convertido en un paseo de compras y en un gran negocio para editoriales y distribuidoras. Megáfono en mano, el grupo se reunía frente el Centro de Exposiciones y promocionaba sus libros independientes, al tiempo que hacía públicas sus críticas al modo de organización de la Feria oficial.

Con el tiempo y la llegada de nuevas generaciones de escritores -como Pablo Strucchi, Diego Arbit y Javito-, la idea de contraferia fue perdiendo fuerza ante la posibilidad de crear algo propio. Se formaron grupos como El Asunto y Poesía Urbana, después del estallido de 2001. Ábalos empezó a organizar los Festipoet en la FM La Tribu y todos los grupos participaban de todos los eventos que armaban unos y otros. En mayo de 2006, todos convergieron en la organización de la primera FLIA -pensada como puestos de venta más un escenario para lecturas y/o música- que se realizó en el Sexto Cultural del barrio de Chacarita y contó con 40 puestos. La segunda, en septiembre del mismo año, reunió 67; la tercera 84 y para la quinta, ya en 2007, eran 120 puestos de editoriales independientes, escritores, colectivos y todo tipo de grupos e individuos que trabajan con publicaciones por fuera del mercado editorial. Una de las últimas FLIAS, la que se realizó en la fábrica recuperada IMPA el 13 de julio de este año, contó con más de 3.000 visitantes.

Cómo funciona es sorprendente. Para relatarlo, *MU* se reunió con parte del colectivo de esta familia. Fueron llegando en tandas: Ezequiel Ábalos, Fernando Von Sembiante, Sebastián Oliveira, Luli a secas, Simón, Nadia MDG y Javito.

Las reuniones se hacen todos los martes y son abiertas. "Vamos todos con mucha alegría y ninguno abandonó su grupo para hacer la FLIA, sino que éste es el resultado de la construcción colectiva de muchos colectivos y personas sueltas", relata Ezequiel. Simón agrega: "Está bueno ir a la reunión porque estás con todos los demás que hacen cosas diferentes, pero relacionadas: laburan en la radio o son editores, están los escritores, hay algunos que saben dibujar o diseñar y hasta va el imprentero. Lo único que tenés que hacer, si sos escritor, es definir con quién editás". Fernando resume: "Se da un efecto sinergético; la suma de las partes es mayor que cada una de las partes".

¿Y qué se discute en las reuniones? Simón: "Hay algo principal: de qué participa la FLIA, con quién se asocia, eso lo discutimos mucho". Ezequiel interviene: "La FLIA se reúne con un objetivo concreto que es organizar espacios de intercambio, es una construcción colectiva que organiza ferias de intercambio de libros, de fanzines, de publicaciones en general". El temario central de una reunión: dónde hacer la feria, cómo organizarla, cómo alejarse de los lugares que sponsorea el Gobierno de la Ciudad o los partidos políticos. Porque por supuesto, no podían faltar los partidos políticos intentando tomar el espacio de la FLIA: "Nos pasó que una vez un tipo se subió al escenario a hacer un discurso a favor de un candidato y mucha gente se enojó. A partir de eso abrimos un debate y llegamos a la conclusión de decirle no a la política y sí a los libros". Luli a secas explica un poco más el concepto: "Si un partido tiene una publicación que venga, pero si quiere ir a poner sus consignas en el micrófono, le decimos no". "Que no hagan proselitismo", levanta la voz Javito. Fernando: "En la FLIA el escenario no se puede apagar, te lo tenés que bancar. En cambio, el libro que está en la mesita, si querés lo miras y si no, no. Entonces, no hay por qué tirarle por la cabeza a la gente una discusión que no le interesa".

Una de las virtudes de la FLIA es su poder de contagio. Sebastián, uno de los integrantes más jóvenes, cuenta su experiencia: "A partir de ver otros escritores como Diego Arbit y Guillermo De Pósfay que salían a vender su material, empecé a hacer lo mismo; primero hice un fanzine, después fui mejorando ese formato gracias a que vi otros libros, vi los puestos, y fui tomando cosas de todos lados...." De lo que habla Sebastián, en definitiva, es de una experiencia transformadora: "Podés hacer un libro por tu cuenta, podés hacer cualquier cosa".

Además, ya hubo otras experiencias vinculadas o inspiradas en la FLIA en Resistencia, Chaco, en San Luis y Córdoba. Aclaran los chicos que no se trata de llevar la FLIA a Córdoba, por ejemplo, sino de lograr que Córdoba organice su propia feria de publicaciones adaptada a su propio contexto.

La FLIA local es nómade. El grupo fliero está interesado en buscar lugares con construcciones colectivas, como fábricas recuperadas o espacios culturales: "Lo interesante de los lugares es que se establecen intercambios. En la feria que hicimos en una fábrica recuperada, ellos quedaron re contentos y nosotros también: nos comprometimos a pintar una pared. Además les dimos materiales específicos que necesitaban y que compramos con la plata recaudada en la feria". Otra experiencia que los dejó felices fue la que hicieron en Villa Devoto, donde tomaron la calle y sumaron a vecinas y vecinos del barrio que pusieron sus puestos con sus libros.

Tanto en IMPA como en la fábrica recuperada de globos La Nueva Esperanza el grupo se hizo cargo de la barra y pudo inaugurar un fondo de dinero que les sirve para donar algo a las cooperativas que les prestan el espacio y para los gastos mínimos de organización. "Antes de eso, cada uno de nosotros ponía lo que podía para poder generar las cosas previas a la FLIA: comprar cables, luces, pagar los fletes, el sonido, etc. Ahora ya hay un fondo", explica Ezequiel. También suman colaboraciones, como la de Eloísa Cartonera, que para cada encuentro les imprime volantes y afiches que sirven a la difusión.

"Que la FLIA tenga plata es nuevo, pero ya hay gente que quiere destruir ese fondo", dice Javito y se ríe, como resignado a que en ese espacio todo, hasta lo más mínimo, sea puesto en discusión una y mil veces. Los detractores del fondo dicen que entre feria y feria hay que liquidar todo y proponen proyectos: una revista interna, traer algún poeta o escritor del interior, publicarle un libro a alguien que no pueda, cuentan. Como colectivo no quieren lucrar, pero individualmente apuestan a que sus publicaciones se vendan y se esfuerzan en hacer puestos llamativos y personales.

Ezequiel Ábalos, Fernando Von Sembiante, Sebastián Oliveira, Luli a secas, Simón, Nadia MDG y Javito no están de acuerdo en casi nada, pero en algo sí coinciden: sus vidas tienen un antes y un después de la FLIA. Fernando lo resume de una manera muy bella: "Dicen que un libro te cambia la vida y la FLIA son muchos libros".

Más información:
www.feriadellibroindependiente.blogspot.com/

CUMBIA

Conseguí el libro en **www.sub.coop**
www.lavaca.org

Fotografías de la Cooperativa Sub

entrá derecho
A TUS DERECHOS

www.ciudadyderechos.org.ar

El Portal de Garantías de la Defensoría del Pueblo

La CNN de la villa

GUSTAVO ÁLVAREZ NÚÑEZ Y SU LIBRO SOBRE HIP HOP

Es el primero que se edita en Argentina sobre un fenómeno que crece en los bordes, desde el conurbano hasta la Patagonia. Orígenes y alcances del fenómeno.

SUB.COOP

Hace menos de un mes el gendarme Roberto Centeno fue asesinado de un tiro en la cabeza cuando estaba dentro de una de las garitas de seguridad que están apostadas en Fuerte Apache. De inmediato, decenas de cronistas le hacían preguntas al único adolescente que aceptó hablar. Dijo que se llamaba Edgar y declaró cosas como éstas: "Creo que pasó por diversión, un flash. Vino un pibito enfierrado y vio al gendarme que estaba pestañando y lo pasó a valores". Lo que dijo Edgar tiene la tremenda métrica de una letra de rap. No es agradable escucharlo, pero peor es vivirlo. Y si la llamada opinión pública presta un minuto de atención a los barrios pobres sólo cuando hay un asesinato es brutalmente lógico que los chicos como Edgar hayan aprendido a resumir lo que soportan en pocas palabras, pero capaces de disparar imágenes y reflexiones. Por eso el verdadero noticiero del barrio es Fuerte Apache, un grupo de hip hop que se ha convertido en el cronista contemporáneo de la vida cotidiana en una villa.

Hip Hop, más que calle, el libro de Gustavo Álvarez Núñez es el primero que se edita en el país sobre este movimiento que crece cada vez más en los bordes criollos, de la Patagonia al conurbano, aunque nació al calor de las bloc partys, esas fiestas que se hacían en los patios de colegios y plazas del Bronx, a mediados de la década del 70, en plena recesión económica norteamericana. Álvarez Núñez se metió con la vida cotidiana de ese barrio de negros, con las pequeñas postales que conforman una historia que nació en Estados Unidos, pero que puede ser leída como la historia de todas las periferias urbanas del mundo. "El barrio transpira una rabia ofuscada, obtusa, impotente. Para los más jóvenes, la educación no alcanza cuando el espejo familiar devuelve una imagen de parias sociales y clandestinos eternos. Está la violencia de las pandillas, están los edificios que se vienen abajo, está la pobreza, están las drogas, está la policía buscando siempre el paso errado. Las caras miran mal porque no parecen permitirse la risa. La ingenuidad es una estación que casi todos los chicos pasan de largo...". Queda claro al leerlo que hay algo que conecta al Bronx con Fuerte Apache.

El libro también puede leerse como banda sonora, ya que la historia del género y de sus principales referentes se mezcla con reseñas de discos que el autor considera fundamentales. Para el cierre, el libro propone un breve recorrido por Buenos Aires, a cargo del periodista Martín Mercado.

Del punk al hip hop

Álvarez Núñez es ensayista de rock y poeta. Estuvo al frente de la dirección editorial de la revista *Inrockuptibles* desde 1996 hasta 2004: "El hip hop siempre me interesó como música y como cultura. Pero no estoy adentro, sino que me acerco escuchando discos y leyendo cosas sobre el tema". La idea de hacer un libro la tiró Juan Carlos Kreimer, el autor de *Punk. La muerte joven*, texto de culto para varias generaciones de jóvenes. "Empecé a investigar y no terminaba más, no sabía cómo cerrar pero sí tenía algo claro: quería contar una historia". La historia empieza con un asesinato: el del fiolo del barrio. La descripción de ese acontecimiento pinta la vida cotidiana del Bronx y pone al lector en el contexto de un barrio olvidado por las políticas económicas de Reagan, algo que retrata como una crónica de época la letra de un rap de uno de los pioneros de la vieja escuela, The Grandmaster Flash.

Durante la conversación, intentamos avanzar al presente, pero la del hip hop es una historia llena de momentos clave, y Álvarez Nuñez se los sabe más o menos a todos. Repasemos: año 70, Estados Unidos: "Si bien había una profunda recesión, en los clubes nocturnos de Manhattan y Nueva York había mucho glamour. Al mismo tiempo crecía el Paradise Garage un lugar emblemático donde iban a bailar negros, latinos y gays. Al principio la música que se bailaba era disco, pero de a poco el hip hop fue encontrando su lugar: lo primero fue contar en sus letras las historias del barrio. Tiempo después aparece Public Enemy y ahí se vuelve todo endiabladamente subversivo. Para mí es el antes y el después del hip hop, cuando pasa de ser un entretenimiento a ser una causa política. Chuck D -de Public Enemy- dice: el rap es la CNN negra". ¿Cómo reacciona la sociedad frente a eso? Responde el autor: "Era una música que no entendía todo el mundo y que jodía, que chirriaba".

En ese momento, los padres de los chicos negros escuchaban soul y funk. Los hijos, entonces, empezaron a cantar sobre esos discos: "No se compraban discos sino que agarraban y loopeaban las partes que les gustaban. Creo que era un buen momento porque esa música todavía no tenía la obligación del mercado", explica Álvarez Núñez. Propone, también, una analogía entre el punk y el hip hop. Ambos géneros hacían ruido, eran difíciles de escuchar y, en la medida en que se fue domesticando el oído, se fue también disciplinando la música y volviéndose parte de sendas industrias discográficas que supieron capitalizar toda la creatividad que estaba dando vueltas. Todavía en Argentina el hip hop no es popular: las radios no lo pasan y lo masivo que se puede encontrar en los medios siempre es lo marginal, como las peleas entre grupos. Álvarez Núñez, sin embargo, piensa que el hip hop es malinterpretado por ciertos comunicadores: "Ésta es una cultura positiva: las batallas entre los djs, los b-boys y mcs son siempre para mejorar. Nunca para hundir", concluye.

SERVICIOS CLASIFICADOS

Redacción de textos
Lic. Daniel Velasco

Tesis, monografías, artículos, crónicas
Tutoría personalizada
4788-8416

Vladimir di Fiore
Redes informáticas

Sistemas que no pueden fallar, pero fallan. Soporte técnico, asesoramiento y contención. Consultoría
En Rosario: 0341 15 6959 104
vlad@ourproject.org

Prensa y comunicación
Valeria Gantman

Comunicar es pensar tácticas y estrategias. Es decir con las mejores palabras, las que sirven.
Es hacer todo lo posible y más.
Un trabajo que, como todos, hay que saber hacerlo bien.
con (tacto):
valegantman@fibertel.com.ar

Para anunciar en nuestros clasificados escríbanos a correo@lavaca.org o llamanos al 4381 5269

Lo que yo haría... tal vez sea otra cosa

Actuación: Diana Regueira Gómez y Alba Bosch Güell
Dirección: Andrés Chan

Todos los viernes 20,45 hs (puntual)
en Cámara de Teatro, Aráoz 1025
Entrada $15
Reservas: 47770097 // 1567827432
loqueyoharia@gmail.com

Revista Digital

Buenos Aires
crónicas de la
ciudad abierta

Suscribite
newsletter@defensoria.org.ar

Defensoría del Pueblo de la Ciudad de Buenos Aires

Carta Abierta a un estudiante de Comunicación Social

Estimada, estimado:

Tenemos buenas noticias para vos. La primera: la Universidad es tuya. Podés hacer con ella lo que quieras. Mirala, entonces, con ojos de propietario de un espacio para pensar y crear junto a otros todo aquello que seas capaz de imaginar.
Mirala bien, porque es tu espejo.
Así estás.
La buena noticia es ésta: si lo que ves no es el reflejo de tus sueños es, simplemente, porque no estás soñando.
Despertate.

Otra buena noticia: te tocó en suerte una época maravillosa. Desde Gutenberg hasta hoy las cosas eran más o menos previsibles. Las técnicas, las teorías, las audiencias, el mercado, incluso las hipótesis eran tal y cual las describían los profesores.
Ya no.
La realidad no es lo que era y los artefactos teóricos que hasta ayer alcanzaban para aprehenderla hoy la desmienten, la niegan, la invisibilizan. Vos ves tanto o más que cualquiera.
Y esto significa, entre otras cosas, que la capacidad para sistematizar lo que nos pasa ha desbordado los anaqueles de la biblioteca y se ha expandido o dispersado -según prefieras llamarlo- hasta límites increíbles.
¡Bingo!
Tenés el boleto ganador y esto significa, entre otras cosas, que vas a poder pensar en lugar de repetir, analizar en lugar de memorizar, crear en lugar de obedecer. Solo tenés que abrir grande los ojos y la cabeza y sacudirte la modorra para así, liviano y desnudo, salir a esa calle, que es un problema para todos menos para los estudiantes de comunicación.
Es cierto que se trata de un asunto complicado, complejo, arduo, pero no es menos cierto que son tantos los titanics hundidos en esta era de la Modernidad Líquida[1] que al menos la experiencia de saber y de pensar quedó liberada de órdenes, rutas, puertos. Cayó la estatua de Lenin, cayeron las Torres Gemelas, cayó la Bolsa de Nueva York y también la de Tokio, pero también cayeron todos los rascacielos teóricos, aplastando a sus arquitectos.

¿Qué es hoy la verdad, el progreso, el poder? ¿Qué la pirámide invertida, la industria cultural, la tecnología? ¿Qué un diario, una emisora de tevé, un periodista? Las preguntas más básicas, cuyas respuestas hasta ayer eran obvias, están esperando responderse de nuevo, otra vez, al ritmo de una realidad que ha convertido las clásicas definiciones en ataúdes que navegan en un océano de flujos, tempestades y tifones. Es ese comportamiento meteorológico lo que permite ahora como nunca comprender aquello que escribió Italo Calvino: "La imaginación es un lugar donde llueve". [2]
No es época de paraguas, sino de intemperies. De espacios quizá sin piso firme, pero al menos sin techo.
Dejarse mojar por la época, regar preguntas, esperar que florezca alguna idea depende de una actitud más parecida a la del viajero curioso que a la del sabio encerrado en un monasterio.

¿Que nada de esto te es útil a la hora de aprobar una materia?
Sí y no.
Sí, si el profesor acepta su propia ignorancia y la aprovecha para convertir la clase en una fiesta: no sé, aprendamos juntos. No se trata sólo de una premisa que renueva como un lifting la vocación perdida, sino también de una aventura que convierte a cada aula en una pista de baile: pongamos un tema y a moverse, sacudiendo la cabeza.
No, si no sos capaz de hacer lo que todo comunicador social debe estar dispuesto a hacer: comunicarse. Moviendo la boca, hasta que salgan palabras o gargajos, según el grado de receptividad que tenga el docente. Es una gimnasia saludable, que nos mantiene en forma en relación con los demás, con uno mismo y con aquello que estemos dispuestos a compartir, especialmente si es algo más que el mutuo aburrimiento.

Así las cosas, cualquier hipótesis de comunicación por más disparatada que parezca no implica ya ninguna posibilidad de derrota, siempre y cuando estés dispuesto a pensar críticamente todos los componentes de su fórmula porque estás condenado a cambiarla. Y de las posibilidades que tengas de imaginar tantos cambios como sean necesarios dependerá que seas parte de lo que aún no terminó de nacer o de aquello que se resiste a morir.
La buena noticia, finalmente, es que podés desalojar del centro de la escena a aquellos que abonaron la teoría de cuarto poder que -ahora se ve claramente- sólo era un retablo de marionetas. Y podés desalojarlos ya, en este instante, a las patadas o amablemente, para recuperar ese lugar donde nadie manda si otro no obedece: tu cabeza.
En tiempos en los que se puede hacer mucho, el problema es si querés hacer algo.

No es nuestra intención forzar la conclusión de un proceso en pleno desarrollo, sino simplemente señalar -con asombro y alegría- que estamos siendo parte de otra noticia cuyo final seguramente escribirás vos. Pero como de alguna manera debemos concluir esta carta, escrita desde la trinchera por quienes estamos dispuestos a combatir lo que somos para ser algo mejor que nosotros mismos, apelamos una vez más a Calvino, convencidos de que este final de su relato sobre las ciudades imposibles representa para nosotros un maravilloso comienzo:
"El infierno de los vivos no es algo por venir: hay uno, el que ya existe aquí, el infierno que habitamos todos los días, que formamos estando juntos. Hay dos maneras de no sufrirlo. La primera es fácil para muchos; aceptar el infierno y volverse parte de él hasta el punto de dejar de verlo. La segunda es riesgosa y exige atención y aprendizaje continuos: buscar y saber quién y qué, en medio del infierno, no es infierno, y hacer que dure, y dejarle espacio".[3]

1. Así define el polaco Zygmunt Bauman esta época. Escribió una docena de libros sobre el tema y si no leíste alguno, estás frito: cada ensayo es como mirar por la ventana.

2. La frase es del libro *Seis propuestas para el próximo milenio*, donde Calvino resume lo que para él son las claves del texto escrito. Libro imprescindible para reflexionar sobre cómo escribir, fue preparado por Calvino en 1985 para unas conferencias que iba a dictar en la Universidad de Harvard. Solo alcanzó a escribir cinco. Los temas: levedad, rapidez, exactitud, visibilidad y multiplicidad, "algunos valores, cualidades o especificidades de la literatura que me son particularmente caros", según escribió en el manuscrito que fue encontrado en su escritorio, en perfecto orden, cada conferencia dentro de un sobre transparente y todas en una carpeta rígida, listas para el viaje. Calvino murió una semana antes de emprenderlo.

3. Tenés que leer *Las Ciudades Invisibles*, el increíble libro de Calvino que, a la manera del I Ching, permite con cada lectura una nueva interpretación. Bello, poético, breve. Libre y disponible en Internet. ¿Qué más podés pretender?

¿Y Julio López?

CARTOGRAFÍAS
por Carolina Golder

"Los medios comerciales de comunicación ya no viven de lo que publican sino de lo que ocultan. Su influencia está directamente relacionada con su capacidad de invisibilizar información que sólo comercia entre exclusivos y excluyentes públicos".
"Esto ha transformado aquello que denominábamos 'medios masivos de comunicación' en medios masivos de formación de opinión. Es decir, en dispositivos de control social. De eso se trata lo que llamamos capitalismo mediático".
"El capitalismo mediático está en crisis. Todo lo que seamos capaces de hacer o soñar puede construir nuevas formas de comunicación que recuperen su sentido".

De *El fin del periodismo y otras buenas noticias.*

Clase magistral

CRÓNICAS DEL MÁS ACÁ

Algunas reglas básicas para trabajar en el diario de mayor circulación del país (o mini manual de autoayuda para un joven periodista que ingresa por primera vez a una redacción gigante y burocratizada).

- Jamás hacerse cargo de la información que se publica. Utilizar eufemismos como "ahora dicen", "dicen", "afirman", "parece que" y a continuación escribir lo que se le canta al redactor, al dueño del diario o al ordenanza.
- Crear tendencias a partir de un dato que no necesariamente está confirmado. Lo ideal, para dar la idea de que se trata de una tendencia, es iniciar el título con "cada vez más gente...". Se trata de un recurso muy efectivo cuando es asociado con los jóvenes. Por ejemplo "Cada vez más jóvenes hacen petes por cinco pesos".
- En relación con la regla anterior, es menester que los jóvenes siempre sean asociados con temas como la delincuencia, la marginalidad, la sexualidad más "novedosa" y la tecnología.
- Escribir columnas de opinión cuyo contenido sea obvio.
- Introducir, siempre, metáforas y referencias a la presencia del periodista en el "lugar de los hechos". Por ejemplo: "Su piel agrietada como la tierra árida", en el primer caso. O bien "Pirulo revolvió su café con la cucharita" para aplicar en el segundo.
- En el caso de una entrevista, cuidarse de no repreguntar jamás ni incomodar al reporteado con ninguna pregunta basada en datos. Para cumplir con esta regla es necesario prescindir por completo del archivo, incluida Wikipedia. Siempre, en estos casos, se cuenta con el cuestionario básico. Por ejemplo, si se trata de un artista, "¿cuáles son tus próximos proyectos", "¿cómo surgió la idea", etc.
- Si por algún motivo insospechado se torna imprescindible consultar un archivo, la única fuente posible es Internet en general. No debe importar qué sitio ni a quién pertenece. El criterio que debe prevalecer es que si no está en Internet, no existe.
- En el mismo sentido que la regla antes mencionada, no es relevante chequear los datos más que con Internet.
- Publicar descubrimientos científicos de hace años como si fueran actuales, en la suposición de que "la gente" no sabe nada de ciencia. La norma anterior está íntimamente relacionada con la siguiente: si pasó antes del nacimiento del periodista y el periodista no está al tanto, puede proponer una nota al respecto aunque se trate de un tema de público conocimiento. La premisa es que la historia comienza cuando uno se entera.
- Salir lo menos posible de la redacción. ¿Para qué ir a la calle a averiguar algún dato si todo está en Internet?
- No es necesario conocer las reglas gramaticales y sintácticas. El uso del sujeto y el predicado en una misma frase y en el orden más tradicional es una moda completamente perimida.
- El estipendio por el trabajo en un diario de enorme circulación es más bien poco, pero permite obtener algunas prebendas como entradas gratis a recitales, algún merchandising de marcas conocidas (aunque las desconocidas también deben ser bienvenidas), y tickets de compra para el supermercado.

Ingrid Beck, periodista y directora de la revista Barcelona, *entre otras desobediencias.*

Territorios en resistencia
Cartografía política de las periferias urbanas latinoamericanas

Raúl Zibechi

Compralo en www.lavaca.org

lavaca

www.lavaca.org

lavaca es una cooperativa de trabajo creada en 2001. Editamos una página de Internet que todas las semanas difunde noticias bajo el lema anticopyright. Mensualmente profundizamos estos temas en *MU*.

La presente edición de nuestro periódico *MU* sumó el esfuerzo de:
Redacción: Claudia Acuña, Sergio Ciancaglini, Quimey Lillo, Mariana Collante, Gonzalo Beladrich, María del Carmen Varela, Gabriela Esquivada, Marcos Pearson y Carlos Melone.
Diseño: Lucas D'Amore y Nomi Galanternik para másSustancia
Corrección: Graciela Daleo
Ilustración: El Niño Rodríguez
Webmaster: Diego Gassi
Atención online: María del Carmen Varela
Fotografía: Sub, cooperativa de fotográfos
Impresión: Cooperativa de Trabajo Gráfica Patricios. Av. de Patricios 1941
Distribución en Capital: Vaccaro Sánchez y Cía. Moreno 794 9º, Capital
Tel/Fax: (011) 4342-4031/32
Distribución en Interior: DISA (Distribuidora Interplazas SA). Pte. Luis S. Peña 1832/6 (1135) Capital. Tel (54 11) 4305-0114/3160
***MU* es una publicación de la Cooperativa de Trabajo Lavaca Ltda. Hipólito Yrigoyen 1440 Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina 4381-5269**
Editor responsable: Claudia Adelina Acuña
correo@lavaca.org / www.lavaca.org

CAMPAÑA DE SUSCRIPCIÓN A *MU*

Seis ediciones por tres datos y $ 30

1. Nombre.

2. Email.

3. En qué dirección querés recibir el periódico.

Enviá estos datos a correo@lavaca.org

más info en www.lavaca.org

ISSN: 1850-6305